

e-ISSN: 3034-302X

Технологизация социо-экономической сферы

2025

Том 3

№ 4(9)

16+

ТЕХНОЛОГИЗАЦИЯ СОЦИО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

Том 3
№ 4 (9)
2025

Ежеквартальный
научный журнал

Учредитель – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса»

Главный редактор

Дубовиков Александр Маратович, доктор исторических наук, доцент, профессор Высшей школы туризма и социальных технологий (Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Редакционная коллегия:

Алексеева Наталья Дмитриевна, кандидат философских наук, доцент, директор Высшей школы туризма и социальных технологий

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)
Куриленко Людмила Васильевна, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и технологии социальной работы (Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия)

Лепешкина Лариса Юрьевна, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры Высшей школы туризма и социальных технологий (Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Овсянникова Наталья Валериевна, доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры социально-гуманитарных наук (Северо-Кавказский социальный университет, Ставрополь, Россия)
Орлова Людмила Викторовна, доктор социологических наук, доцент ВАК, профессор кафедры «Гуманитарные и социально-экономические дисциплины» (Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ), Москва, Россия)

Саенко Людмила Александровна, доктор социологических наук, кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры «Социально-гуманитарных дисциплин» (Ставропольский государственный педагогический институт, Ставрополь, Россия)

Соломатина Галина Николаевна, доктор педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Дефектология и специальная педагогика» (Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия)

Цыганкова Юлия Сергеевна, кандидат экономических наук, преподаватель кафедры гуманитарных и социальных наук (Пермский военный институт войск национальной гвардии Российской Федерации, Пермь, Россия)

Шилов Юрий Егорович, кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии

(Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия)

Ответственный секретарь:

Идрисова Юлия Ленаровна

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Эл № ФС77-84412 от 16.12.2022 г.

Компьютерная верстка:
Э.К. Ломакина

Технический редактор:
Ю.Л. Идрисова

Адрес редколлегии, учредителя, редакции и издателя:
445017, Российская Федерация, Самарская область, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4
Тел.: 8 (8482) 26-45-61
E-mail: centrpa@yandex.ru
Сайт: <https://pvgustechnologization.ru/ru/>

Подписана верстка 28.12.2025
Выход в свет 29.12.2025
Формат 60x84 1/8.
Заказ 4-12-08.



©2025 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

Цена свободная

Free price

INFORMATION ABOUT THE MEMBERS OF THE EDITORIAL BOARD

Chief Editor

Dubovikov Alexander Maratovich, Doctor of Historical Sciences, Associate Professor, Professor of the Higher School of Tourism and Social Technologies
(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)

Editorial team:

Alekseeva Natalia Dmitrievna, PhD, Associate Professor, Director of the Higher School of Tourism and Social Technologies

(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)

Kurylenko Lyudmila Vasilievna, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Theory and Technology of Social Work

(Samara National Research University, Samara, Russia)

Lepeshkina Larisa Yurievna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Technologies and Humanities

(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)

Ovsyannikova Natalya Valerievna, Doctor of Historical Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Social Sciences and Humanities

(North-Caucasus social Institute, Stavropol, Russia)

Orlova Lyudmila Viktorovna, Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor of the Higher Attestation Commission, Professor of the Department of Humanitarian and Socio-Economic Disciplines

(K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management

(the First Cossack University), Moscow, Russia)

Sayenko Lyudmila Aleksandrovna, Doctor of Sociological Sciences, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines (Stavropol State Pedagogical Institute, Stavropol, Russia)

Solomatina Galina Nikolaevna, Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Defectology and Special Pedagogy

(Kuban State University, Krasnodar, Russia)

Tsygankova Yulia Sergeevna, Candidate of Economic Sciences, Lecturer at the Department of Humanities and Social Sciences

(Perm Military Institute of the National Guard Troops of the Russian Federation, Perm, Russia)

Shilov Yuri Egorovich, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of General Psychology

(Samara National Research University, Samara, Russia)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗРАБОТКА ТЕМАТИЧЕСКОГО ТУРИСТСКОГО МАРШРУТА ПО Г. ТОЛЬЯТТИ В КОНТЕКСТЕ ИТАЛЬЯНСКОГО КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ АЛЕКСЕЕВА Наталья Дмитриевна, СУБХАНОВ Асиф Мейхош оглы, ЖИЛКИН Евгений Алексеевич.....	5
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ БУЛАХ Кирилл Александрович, АЛЕКСЕЕВА Наталья Дмитриевна.....	11
АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ВАЛЕЕВА Александра Эльдаровна, БЛАГОВ Юрий Владимирович.....	14
НАРЦИССИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ХАРАКТЕРА У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ КОЛМЫКОВА Дарья Андреевна, ПЕТРОВА Арина Вячеславовна, ШАРАШОВА Анастасия Юрьевна, СТЕПАНОВА Мария Анатольевна.....	16
ОТ ФИЛОСОФСКОЙ КОНЦЕПЦИИ К ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ: КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ СОБЫТИЙ В СФЕРЕ ИИ (ДЕКАБРЬ 2024 – ФЕВРАЛЬ 2025) КАК ЭМПИРИЧЕСКИЙ ИНДИКАТОР ЭСКАЛАЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ СИНГУЛЯРНОСТИ НИКАНОВА Анна Анатольевна.....	20
РОЛЬ ДИЗАЙНА И ДИЗАЙНЕРСКИХ РЕШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ И PR ПРОКОФЬЕВА Екатерина Владимировна, АВЕРИН Олег Константинович.....	24
КАПСУЛЬНЫЕ ОТЕЛИ КАК ЭЛЕМЕНТ ГОСТИНИЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ ШАЦИЛЛО Софья Евгеньевна, СИРОТИНА Анастасия Витальевна.....	27
Условия размещения материалов.....	30

CONTENT

DEVELOPMENT OF A THEMATIC TOURIST ROUTE IN TOGLIATTI IN THE CONTEXT OF ITALIAN CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE ALEKSEEVA Natalya Dmitrievna, SUBKHANOV Asif Meikhosh ogly, ZHILKIN Evgeny Alekseevich.....	5
FEATURES OF DEVELOPMENT OF HISTORICAL AND CULTURAL TOURISM IN SAMARA REGION BULAKH Kirill Aleksandrovich, ALEKSEEVA Natalya Dmitrievna.....	11
ENGLISH LANGUAGE AS AN INTEGRAL ELEMENT OF STRATEGIC PLANNING IN AN ENTERPRISE VALEEVA Alexandra Eldarovna, BLAGOV Yuri Vladimirovich.....	14
NARCISSISTIC CHARACTER TRAITS IN MODERN YOUTH KOLMYKOVA Darya Andreevna, PETROVA Arina Vyacheslavovna, SHARASHOVA Anastasia Yuryevna, STEPANOVA Maria Anatolyevna.....	16
FROM PHILOSOPHICAL CONCEPT TO GEOPOLITICAL REALITY – A QUALITATIVE ANALYSIS OF AI-RELATED EVENTS (DECEMBER 2024 – FEBRUARY 2025) AS AN EMPIRICAL INDICATOR OF THE ESCALATION OF TECHNOLOGICAL SINGULARITY NIKANOVA Anna Anatolyevna.....	20
THE ROLE OF DESIGN AND DESIGN SOLUTIONS IN MODERN ADVERTISING AND PR PROKOFIEVA Ekaterina Vladimirovna, AVERIN Oleg Konstantinovich.....	24
CAPSULE HOTELS AS AN ELEMENT OF THE HOTEL INFRASTRUCTURE OF THE SAMARA REGION SHATSILLO Sofya Yevgenyevna, SIROTINA Anastasia Vitalievna	27
Conditions of accommodation of scientific materials.....	30

УДК 338.48

EDN: CSYUJC

РАЗРАБОТКА ТЕМАТИЧЕСКОГО ТУРИСТСКОГО МАРШРУТА ПО Г. ТОЛЬЯТТИ В КОНТЕКСТЕ ИТАЛЬЯНСКОГО КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ

АЛЕКСЕЕВА Наталья Дмитриевна, кандидат философских наук, доцент, директор Высшей школы туризма и социальных технологий

*Поволжский государственный университет сервиса
445017, Россия, Тольятти, natali0174@mail.ru*

SPIN-код: 8752-9808

AuthorID: 648580

СУБХАНОВ Асиф Мейхош оглы, ассистент Высшей школы туризма и социальных технологий

*Поволжский государственный университет сервиса
445017, Россия, Тольятти, AsifSubhanov2001@yandex.ru*

SPIN-код: 4803-2506

AuthorID: 1318894

ORCID: 0009-0007-4565-789X

ЖИЛКИН Евгений Алексеевич, аспирант

*Поволжский государственный университет сервиса
445017, Россия, Тольятти, zhea00@gmail.com*

SPIN-код: 4234-1704

AuthorID: 1172328

ORCID: 0000-0003-0417-5054

Аннотация. Цель исследования заключается в выявлении возможностей использования итальянского культурно-исторического наследия города Тольятти как ресурса развития городского туризма и в разработке концепции тематического экскурсионного маршрута, интегрирующего разнородные объекты, связанные с российско-итальянскими контактами. В работе применены методы историко-документального анализа, кейс-стади монопрофильного города, полуструктурированные экспертные интервью, полевое наблюдение на маршруте, а также качественная интерпретация результатов SWOT-анализа туристского продукта. Источниковую базу составили научные публикации по проблематике культурных и тематических маршрутов, промышленного туризма и развития моногородов, исследования по истории Тольятти и аксиологии городского пространства, документы архивов и музейных фондов, материалы городских проектов, посвящённых «итальянской теме» в Тольятти, а также электронные ресурсы образовательных и культурных организаций. Показано, что итальянское присутствие, связанное со строительством Волжского автомобильного завода и последующим развитием корпоративной и городской инфраструктуры, сформировало в Тольятти особый слой материального и нематериального наследия, который может быть осмыслен как основа для создания тематического маршрута. На примере авторской концепции маршрута «Тольятти – Северная Италия: миф или реальность» описаны структура, ключевые точки показа и сценарий экскурсионного сопровождения. Результаты апробации маршрута в формате пилотных экскурсий и образовательных мероприятий, а также сопоставления с современными практиками межкультурного взаимодействия свидетельствуют о его потенциале для развития городского туризма, культурной дипломатии и проектной деятельности с участием молодёжи. Сформулированы предложения по дальнейшему развитию маршрута, укреплению его связи с локальным брендингом и включению в межрегиональные туристские цепочки.

Ключевые слова: туризм, городской туризм, культурное наследие, тематический маршрут, промышленный туризм, моногород, российско-итальянские культурные связи, локальный бренд, Тольятти

© Алексеева Н.Д., Субханов А.М.О., Жилкин Е.А., 2025

DEVELOPMENT OF A THEMATIC TOURIST ROUTE IN TOGLIATTI IN THE CONTEXT OF ITALIAN CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE

ALEKSEEVA Natalya Dmitrievna, PhD, Associate Professor, Director of the Higher School of Tourism and Social Technologies

*Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, natali0174@mail.ru*

SUBKHANOV Asif Meikhosh ogly, Assistant Professor at the Higher School of Tourism and Social Technologies

*Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, AsifSubhanov2001@yandex.ru*

ZHILKIN Evgeny Alekseevich, graduate student

*Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, zhea00@gmail.com*

Abstract. The study aims to identify the possibilities of using the Italian cultural and historical heritage of the city of Togliatti as a resource for the development of urban tourism and to elaborate the concept of a thematic excursion route integrating heterogeneous sites related to Russian – Italian contacts. The research employs methods of historical and documentary analysis, a case study of a single-industry town, semi-structured expert interviews, field observations along the route, as well as qualitative interpretation of the results of a SWOT analysis of the tourist product. The source base includes scholarly publications on cultural and thematic routes, industrial tourism and the development of monotowns, studies on the history of Togliatti and the axiology of urban space, archival and museum documents, materials of municipal projects devoted to the “Italian theme” in Togliatti, as well as online resources of educational and cultural organisations. It is demonstrated that the Italian presence associated with the construction of the Volga Automobile Plant and the subsequent development of corporate and urban infrastructure has created in Togliatti a specific layer of tangible and intangible heritage that can serve as a foundation for a thematic route. Using the authorial concept of the route “Togliatti – Northern Italy: Myth or Reality” as an example, the paper describes its structure, key points of interest and the excursion storyline. The results of the route’s pilot testing in the format of experimental excursions and educational events, as well as its comparison with

contemporary practices of intercultural interaction, indicate its potential for the development of urban tourism, cultural diplomacy and project-based activities involving young people. Proposals are formulated for further development of the route, strengthening its connection with local branding and integrating it into interregional tourist chains.

Keywords: tourism, urban tourism, cultural heritage, thematic route, industrial tourism, monotown, Russian-Italian cultural relations, local brand, Togliatti.

ВВЕДЕНИЕ

Культурные и тематические туристские маршруты всё более активно рассматриваются как инструмент устойчивого развития территорий, культурной дипломатии и брендинга городов. Они позволяют объединять разнородные по происхождению и статусу объекты в целостный нарратив, который делает для туриста понятной и эмоционально значимой сложную историю места [1; 2]. В европейской практике культурные маршруты, признанные Советом Европы, выступают механизмом мягкой силы и создают общее культурное пространство на основе разделяемых сюжетов памяти [1].

Для российских регионов развитие культурных и тематических маршрутов соотносится с задачами диверсификации экономики монопрофильных территорий и роста внутреннего туризма. Исследования показывают, что переосмысление индустриального наследия и формирование на его основе туристских продуктов способствует не только экономическому развитию, но и укреплению локальной идентичности, а также улучшению имиджа территорий [3; 4]. Особое значение приобретают культурно-образовательные маршруты, ориентированные на молодёжную аудиторию и связывающие познавательную, ценностную и проектную составляющие [5].

Тольятти традиционно ассоциируется с автомобилестроением и воспринимается как классический моногород. В то же время город несёт в себе мощный итальянский сюжет. Переименование Ставрополя-на-Волге в Тольятти в 1964 году закрепило в городской топонимике память о лидере Итальянской коммунистической партии Пальмиро Тольятти и стало символом политического диалога между СССР и Италией [13]. Строительство Волжского автомобильного завода совместно с компанией Fiat превратило город в одну из ключевых площадок советско-итальянского сотрудничества, включив в повседневную жизнь тысячи итальянских специалистов и членов их семей [7–9].

Исторические исследования А. Е. Степанова, О. В. Скорятина, Е. А. Башинджагяна и К. Джунты с Дж. Сильвой позволяют реконструировать как экономические и технологические аспекты создания завода, так и повседневное измерение пребывания итальянцев в городе, особенности их культурной адаптации, формирование инфраструктуры размещения и досуга [7–9]. Дополнительный пласт источников формируют материалы проекта по корпоративной культуре АО «АВТОВАЗ» под руководством Л. С. Пахуты, где систематизируется память предприятия о советско- и российско-итальянских связях.

Современный городской ландшафт Тольятти аккумулирует многочисленные следы этого взаимодействия. Они воплощены в гостиницах «Волга» и «Жигули», которые в конце 1960-х – начале 1970-х годов были основными площадками размещения и обслуживания итальянских специалистов, в Интернациональном клубе ВАЗа и «Итальянском пляже», в школьных и музейных экспозициях, посвящённых Пальмиро Тольятти и советско-итальянской дружбе, в проектах общественных пространств «Итальянский парк» и «Итальянский сквер» [10; 13; 14].

Важным направлением осмысления этого наследия выступают исследования, посвящённые истории города и его историографическому образу [13], использованию исторического наследия современного города как объекта туризма [14], а также аксиологии городского пространства Тольятти [15]. В них подчёркивается, что значительная часть культурного и исторического потенциала города пока не интегрирована в туристские про-

© Alekseeva N.D., Subhanov A.M.O., Zhilkun E.A., 2025

дукты. В частности, отмечается, что жители часто слабо знакомы с достопримечательностями не только соседних районов, но и собственного [14].

Актуальность обращения к итальянскому наследию усиливается в контексте российских исследований локальных культурных брендов. По данным работы Е. П. Мармиловой и И. А. Сизовой, в России выявлено не менее 1777 локальных культурных и культурно-исторических брендов, из которых около 1635 активно используются в туристских концепциях регионов. Наиболее распространённым типом локального бренда являются архитектурные и пространственные объекты с уникальной историей создания и эксплуатации, их доля превышает четверть от общего массива [16]. Данный факт позволяет рассматривать тольяттинский тематический маршрут по итальянскому наследию как потенциальный элемент локального бренда города.

В исследовании используется также современный дискурс промышленного туризма и развития моногородов, где на российских и зарубежных примерах показано, как перевод индустриального наследия в туристский формат смягчает последствия экономических трансформаций и формирует новые символические ресурсы территории [3; 4]. Не менее значимы разработки в области цифровых сервисов культурного туризма и совместного проектирования туристских продуктов, которые демонстрируют потенциал ИКТ-платформ и систем мониторинга для гибкой адаптации маршрутов к потребностям разных аудиторий [6].

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель исследования состоит в разработке и качественной апробации тематического маршрута по Тольятти, основанного на осмыслении итальянского культурно-исторического наследия, а также в выявлении его потенциала для развития городского туризма, локального брендинга и укрепления российско-итальянских культурных связей на муниципальном уровне.

Для достижения цели решались задачи теоретического обоснования роли культурных и тематических маршрутов в развитии городского и промышленного туризма, анализа историографической и источниковой базы по советско- и российско-итальянским связям в Тольятти, идентификации и систематизации объектов итальянского наследия, разработки концепции и структуры маршрута «Тольятти – Северная Италия: миф или реальность», качественной оценки его сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, а также формулирования рекомендаций по дальнейшему развитию маршрута и его цифровому сопровождению.

Научная новизна работы заключается в комплексном осмыслении итальянского наследия Тольятти как целостного ресурса городского туризма и локального брендинга. Предлагаемая концепция маршрута интегрирует индустриальное, образовательное и культурное измерения российско-итальянских контактов, связывая советский и постсоветский периоды, и задаёт модель их туристской интерпретации для разных групп потребителей.

Исследование опирается на широкий круг источников и сочетание историко-документальных и прикладных методов. В базу источников вошли архивные документы и мемуарные издания по истории строительства Волжского автомобильного завода и участию в этом процессе компании Fiat и итальянских специалистов [7–9], публикации о корпоративной культуре Волжского автомобильного завода, материалы местной прессы и ведомственных изданий, посвящённые адаптации иностранных сотрудников и их семей, документы Тольяттинского

краеведческого музея и городских архивов [13; 14].

Использованы исследования, посвящённые истории Ставрополя-Тольятти и историографическому анализу образа города [13], работы о культурном наследии современного города как объекте для туризма [14], а также разработки, раскрывающие аксиологию городского пространства Тольятти и подходы к пониманию ценностной структуры городской среды [15].

Важное место занимают научные публикации о культурных и тематических маршрутах, промышленном туризме и развитии моногородов, а также работы, посвящённые локальным культурным брендам и цифровым платформам в культурном туризме [1–6; 16].

Кроме текстовых источников, использованы электронные ресурсы городских и региональных организаций. Это официальные сайты Современной гуманитарной бизнес-академии¹ и Поволжского института итальянской культуры², отражающие практики преподавания итальянского языка, международного академического обмена и проведения экзаменов PLIDA, официальные сообщения администрации городского округа Тольятти о визитах делегаций итальянских регионов и проведении мероприятий, посвящённых Тольятти в Посольстве Италии [11; 12], а также материалы городского проекта «Итальянский парк» в профессиональной и социальной медиа-среде³ [10].

В методологическом плане применялся историко-генетический и историко-системный подход для реконструкции этапов формирования советско- и российско-итальянских связей в Тольятти. Это позволило проследить, как политические решения, экономическое сотрудничество и культурные инициативы влияли на городскую среду и повседневную жизнь горожан.

Кейс-стади монопрофильного города использовался для комплексного анализа взаимосвязи промышленного, образовательного и культурного наследия, а также для сопоставления тольяттинской ситуации с российскими и зарубежными примерами использования индустриального наследия в туризме [3; 4].

При разработке туристского продукта применялись методы маршрутоведения и экскурсионной методики. На основе анализа источников и полевых наблюдений отбирались объекты, связанные с «итальянским» сюжетом, выстраивалась логика маршрута, определялись точки начала и завершения, конструировался сценарий движения и рассказа. Особое внимание уделялось соответствию маршрута образовательным запросам школьной и студенческой аудитории [5].

Для оценки конкурентоспособности и перспектив маршрута был проведён качественный SWOT-анализ. На основе экспертных обсуждений, результатов пилотной апробации маршрута и анализа городской инфраструктуры выделялись сильные и слабые стороны продукта, анализировались внешние возможности и угрозы. Такой подход позволил не только описать текущее состояние, но и наметить направления развития маршрута, в том числе через цифровую трансформацию и усиление его роли в локальном брендинге [6; 16].

Дополнительно использовались методы включённого наблюдения и неформализованных интервью с участниками маршрута и представителями ключевых организаций – образовательных учреждений, музеев, городских структур. Это позволило получить первичную качественную информацию о восприятии маршрута, его понятности и эмоциональной насыщенности для различных групп.

1 Современная гуманитарная бизнес-академия. Официальный сайт. URL: <https://academ063.ru> (дата обращения: 20.11.2025).

2 Поволжский институт итальянской культуры. Официальный сайт. URL: <https://dantetlt.ru> (дата обращения: 20.11.2025).

3 Официальная страница городского проекта «Итальянский парк» // Социальная сеть «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/italyanskiypark> (дата обращения: 20.11.2025).

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Историко-культурные предпосылки формирования итальянского наследия Тольятти

Формирование итальянского наследия Тольятти разворачивается в несколько этапов. Первый связан с переименованием города и закреплением имени Пальмиро Тольятти в городской топонимике. Данное решение открыло возможность для интерпретации города как символического пространства российско-итальянского диалога [13].

Второй этап определяется строительством Волжского автомобильного завода и масштабным присутствием итальянских специалистов. Исследования О. В. Скорятина, Е. А. Башинджагана и зарубежных авторов показывают, что сотрудничество СССР и Fiat носило комплексный характер и включало не только передачу технологий, но и интенсивный культурный обмен [7–9]. Для размещения специалистов и членов их семей создаётся специализированная инфраструктура, в которую входят жилые кварталы, гостиницы «Волга» и «Жигули», общепит, объекты питания и отдыха.

Важным управленческим шагом стало формирование Отдела по работе с иностранными специалистами, который занимался координацией бытовых, культурных и языковых вопросов. По данным заводских материалов, в работе этого подразделения было задействовано около двухсот сотрудников, включая переводчиков, сотрудников культурно-бытового бюро и специалистов по размещению. В городских магазинах появляются импортные продукты, привычные итальянцам, организуется медицинское сопровождение и консультации по адаптации к климату Поволжья. Через эту бытовую инфраструктуру формируется устойчивый пласт повседневных практик, многие из которых сохраняются в городской памяти.

Третий важный компонент итальянского наследия связан с культурной и образовательной деятельностью. Создание Интернационального клуба ВАЗа в 1970 году превращает его в центр межкультурного общения, где проводятся лекции, кинопоказы, концерты, занятия творческой самодеятельностью. Здесь же проходят курсы русского языка для итальянцев и элементы языковых программ для советских работников. Клуб становится площадкой, где советские и итальянские культурные коды вырабатывают устойчивые формы взаимодействия [7].

Существенную роль играют школьные и образовательные инициативы. Примером служит школа № 23, получившая имя Пальмиро Тольятти и ставшая одним из центров работы Общества «СССР – Италия». Здесь создаётся музейная экспозиция, посвящённая жизни политика и истории советско-итальянской дружбы, реализуются формы театрального и проектного сотрудничества школьников, в том числе совместные постановки с участием воспитанников школы Дона Галассо Андреоли. В качестве символического жеста итальянской стороны остаётся эпизод, когда юные участники спектакля получают в подарок модели автомобилей Ferrari, отправленные лично Энцо Феррари.

Ещё одним ярким примером является деятельность католического священника Дона Галассо Андреоли, который выполнял функции духовного наставника итальянской общины и одновременно преподавателя и воспитателя для детей специалистов. Он инициирует создание школы на базе гостиницы «Жигули» с возможностью последующей сдачи экзаменов в посольстве Италии, сопровождает семьи в туристических поездках по СССР и фиксирует свои впечатления в книге воспоминаний [8; 9]. Эти сюжеты становятся важными элементами нематериального наследия, востребованными при разработке тематического маршрута.

Особое место занимает «Итальянский пляж», обустроенный на одном из лучших участков волжского побережья. Истории о найденных на берегу предметах затопленного Ставрополя-на-Волге, в том числе о старинных самоварах, превращённых итальянцами в сим-

волицеские сувениры, демонстрируют, как стихийные формы культурного обмена укореняются в повседневной жизни и создают основу для будущих туристских сюжетов [7; 14].

Идентификация объектов и структура маршрута «Тольятти – Северная Италия: миф или реальность»

На основе анализа источников, полевых обследований и экспертных обсуждений был сформирован перечень объектов, составляющих каркас тематического маршрута. Он включает гостиницы «Волга» и «Жигули» как пространства размещения и общения итальянских специалистов, территории Интернационального клуба и «Итальянского пляжа», школьные и музейные площадки, связанные с именем Пальмиро Тольятти, а также современные общественные пространства «Итальянский парк» и «Итальянский сквер» [10; 13; 14].

Дополняют маршрут образовательные и культурные институты, работающие в итальянской повестке, – Современная гуманитарная бизнес-академия⁴ и Поволжский институт итальянской культуры⁵. Они реализуют программы по изучению итальянского языка, международные академические обмены, проводят экзамены PLIDA, участвуют в программах P.R.I.A., а также инициируют городские мероприятия, связанные с Италией.

Разработанный маршрут получил название «Тольятти – Северная Италия: миф или реальность». Концепция строится на сопоставлении Тольятти с североитальянскими промышленными городами, прежде всего Турином, с которым город связывали официальные связи в советский период, и современными городами-побратимами Пьяченца и Ре [9; 11]. Маршрут предлагает не дословное уподобление, а исследование того, какие элементы городской среды, культуры и повседневности позволяют увидеть в Тольятти «отголоски» североитальянского опыта.

Сценарий маршрута предполагает пешеходное передвижение по центральному и прибрежным территориям с возможным использованием транспорта между удалёнными объектами. Для каждой точки формулируются конкретные модусы восприятия – архитектурный, исторический, бытовой, символический. Например, при посещении гостиниц «Волга» и «Жигули» внимание уделяется не только архитектурным особенностям и интерьерным решениям, но и практикам обслуживания иностранных гостей, работе ОРИС, эпизодам культурного досуга и праздничных мероприятий, в которых участвовали итальянские семьи.

Маршрут ориентирован на несколько целевых аудиторий. Для жителей Тольятти он раскрывает привычные пространства через историю международного сотрудничества и позволяет по-новому прочесть городскую ткань. Для туристов, приезжающих в город по деловым, промышленным или круизным мотивам, маршрут даёт целостную картину советско-итальянской истории Тольятти и её современных продолжений. Для школьников и студентов маршрут представляет собой образовательную площадку, где на примере конкретного города можно обсуждать вопросы индустриализации, глобализации, культурной дипломатии и локального брендинга [5; 16].

Проведённый SWOT-анализ позволил оценить сильные и слабые стороны маршрута «Тольятти – Северная Италия: миф или реальность», а также внешние возможности и угрозы его развития.

К ключевым сильным сторонам относится уникальность концепции, основанной на сопоставлении российского индустриального моногорода с северо-

итальянскими промышленными центрами. Такое сопоставление формирует необычный и запоминающийся образ Тольятти, выводя его из ряда «типичных» городов автомобильной промышленности. Важной сильной стороной выступает историческая аутентичность сюжета. Маршрут опирается на реальные события советско-итальянского сотрудничества, документальные и мемуарные свидетельства, материалы корпоративных проектов АвтоВАЗа и городских музеев [7–9; 13; 14].

Существенный ресурс создают архитектурные и пространственные объекты, в том числе гостиницы, школьные комплексы, общественные пространства и прибрежные территории, в которых проявляются элементы европейского влияния [10; 15]. Образовательный потенциал маршрута, подтверждённый опытом организаций, работающих с итальянским языком и культурой, позволяет интегрировать его в формальные и неформальные учебные программы.

К слабым сторонам относится ограниченная визуальная выраженность «итальянских» мотивов в городской среде, что может снижать эффект для туристов, ожидающих очевидных ассоциаций. Часть объектов утратила исходные функции или нуждается в благоустройстве и информационном сопровождении. Сказывается и сезонность использования прибрежных территорий, а также устойчивые стереотипы о Тольятти как исключительно промышленном и экологически неблагоприятном городе [3; 14].

Среди возможностей выделяется создание новых туристских аттракторов на маршруте – малых архитектурных форм, муралов и фотозон с итальянскими мотивами, развитие сотрудничества с городскими музеями и заведениями общественного питания, специализирующимися на итальянской кухне. Перспективным направлением является цифровая трансформация маршрута с использованием QR-кодов, аудиогидов и элементов дополненной реальности, позволяющих визуализировать параллели между Тольятти и североитальянскими городами [6; 16].

Методика маршрута предполагает использование элементов геймификации – тематических квестов, поиска «итальянских следов» в городской среде, творческих заданий вроде сравнительного анализа образов Тольятти и Милана, что делает продукт особенно привлекательным для молодёжной аудитории и позволяет интегрировать маршрут в фестивальные и проектные форматы.

К угрозам относятся конкуренция со стороны других направлений культурного туризма, включая поездки непосредственно в Италию и популярные российские дестинации, а также возможные экономические и внешнеполитические ограничения, влияющие на интенсивность международного сотрудничества и возможность привлечения итальянских партнёров и экспертов [3; 4; 11; 12]. Данные факторы требуют акцента на гуманитарном и образовательном измерении маршрута и ориентации на устойчивое развитие локального продукта, не полностью зависящего от внешних контекстов.

Современная городская политика Тольятти демонстрирует преемственность курса на поддержку итальянской повестки. Начиная с 1960-х годов и до настоящего времени город последовательно развивает культурные и образовательные связи с Италией, что подтверждается официальными визитами делегаций итальянских регионов, проведением событий, таких как «День Тольятти» в Посольстве Итальянской Республики в Москве, и активным участием города в программах побратимства [11; 12].

Тольятти поддерживает устойчивые отношения с рядом итальянских городов, в том числе с Пьяченцей и Ре, которые имеют статус городов-побратимов. Вместе с этим продолжают развиваться академические обмены и программы стажировок. Студенты Поволжского института итальянской культуры и Поволжского государственного университета сервиса неоднократно участвовали в обменах с университетами Пармы, Пескары,

⁴ Современная гуманитарная бизнес-академия. Официальный сайт. URL: <https://academ063.ru> (дата обращения: 20.11.2025).

⁵ Поволжский институт итальянской культуры. Официальный сайт. URL: <https://dantelt.ru> (дата обращения: 20.11.2025).

Треви́зо и Пья́ченцы. Одним из долгосрочных партнёров является институт имени Райнери Маркора, принимающий тольяттинских студентов в рамках образовательных программ [11].

По словам представителей итальянских дипломатических структур, программы P.R.I.A. обеспечивают присутствие русского языка более чем в семидесяти образовательных учреждениях Италии, что создаёт дополнительные возможности для двусторонних образовательных инициатив. Несмотря на введение различных ограничений в 2022 году, интерес к культурному и образовательному обмену не ослабевает, о чём свидетельствует продолжение работы языковых программ и проведение международных экзаменов PLIDA на базе Поволжского института итальянской культуры.

Важным символом преемственности российско-итальянского сотрудничества выступает проект «Итальянский парк» и связанные с ним инициативы по благоустройству общественных пространств, включающие «Итальянский сквер». Данные проекты реализуются при участии итальянских архитекторов, местных образовательных учреждений и городских и федеральных структур, демонстрируя возможность совместного осмысления будущего моногорода через призму культурного диалога [10; 15].

Таким образом, современная практика межкультурного взаимодействия подтверждает, что итальянская линия в развитии Тольятти не является исключительно историческим феноменом. Она продолжает воспроизводиться в образовательных, культурных и урбанистических проектах, создавая благоприятный контекст для восприятия и развития тематического маршрута по итальянскому наследию города, даже в современных условиях политической напряженности.

ОБСУЖДЕНИЕ

Полученные результаты согласуются с современными подходами к пониманию культурных маршрутов как инструмента устойчивого развития, культурной дипломатии и формирования локальных брендов [1; 2; 16]. На примере Тольятти показано, что даже при сравнительно слабой визуальной выраженности «иностранный» наследия в городской среде возможно создание содержательного и конкурентоспособного туристского продукта, основанного на глубокой исторической и источниковедческой базе.

Сопоставление кейса Тольятти с российскими и зарубежными примерами использования индустриального наследия в туризме позволяет выявить общие закономерности. Как и в сибирских моногородах, где промышленный туризм становится новым трендом развития, в Тольятти ключевым ресурсом выступает сочетание индустриальной истории, локальной идентичности и новых культурных практик потребления [3]. Европейский опыт интегрированных маршрутов по индустриальному наследию, в частности в Верхней Силезии, показывает, что объединение объектов в единую тематическую цепочку с чётким брендом и системой управления повышает туристскую привлекательность и способствует реструктуризации экономики старопромышленных регионов [4].

В тольяттинском случае к промышленному измерению добавляется яркий международный культурный компонент. Маршрут «Тольятти – Северная Италия: миф или реальность» рассказывает о строительстве завода и адаптации иностранных специалистов, раскрывает долгую традицию образовательного и культурного сотрудничества, сохраняющуюся в условиях меняющейся геополитической ситуации [7–9; 11; 12]. Данный факт позволяет рассматривать маршрут как площадку культурной дипломатии городского уровня, где встречаются интересы местного сообщества, образовательных структур и зарубежных партнёров.

Дополнительную перспективу открывает связь тематического маршрута с локальным брендингом. Исследования локальных культурных и культурно-исто-

рических брендов в российских регионах показывают, что именно уникальные городские сюжеты, связанные с архитектурой и историей, чаще всего становятся основой для туристского позиционирования территорий [16]. Итальянское наследие Тольятти отвечает этим требованиям, поскольку сочетает уникальную промышленную историю, международные связи и современные культурные практики.

Результаты тольяттинских исследований в области исторического наследия и аксиологии городского пространства подчёркивают, что формирование городского бренда должно учитывать не только набор объектов, но и ценностное отношение к ним жителей и гостей [13–15]. В этом контексте тематический маршрут по итальянскому наследию может выполнять роль инструмента «обучения городу», позволяя жителям переоткрывать знакомые пространства и укреплять чувство сопричастности к истории и будущему Тольятти.

Перспективным направлением развития маршрута является его цифровое сопровождение. Опыт проектов TExTOUR и других европейских инициатив показывает, что цифровые платформы и инструменты совместного проектирования услуг культурного туризма помогают объединять различные точки интереса, формировать индивидуальные траектории движения, собирать обратную связь и учитывать её при обновлении продукта [6]. Для Тольятти подобный подход может быть реализован через создание интерактивной карты «Итальянского Тольятти», интеграцию маршрута в региональные цифровые платформы туризма и использование геймифицированных решений для молодёжной аудитории.

Наконец, обсуждение результатов исследования приводит к более широкому вопросу о роли муниципальной политики в поддержке и развитии культурных связей. Анализ городских инициатив, связанных с Италией, показывает, что последовательность действий властей – от школьных музеев и Интернационального клуба до современных проектов общественных пространств и международных конференций – создаёт благоприятную институциональную среду для развития тематических маршрутов, что подтверждает важность долгосрочной стратегии, ориентированной на межкультурный диалог и включение города в глобальные сети сотрудничества [10–12; 16].

ВЫВОДЫ

Исследование показало, что итальянское культурно-историческое наследие Тольятти представляет собой значимый и многослойный ресурс развития городского туризма и локального брендинга. Формирование этого наследия связано с переименованием города, строительством Волжского автомобильного завода при участии компании Fiat, деятельностью Интернационального клуба, школьных и музейных инициатив, а также с современными образовательными и урбанистическими проектами, ориентированными на итальянскую тематику.

Разработанная авторская концепция тематического маршрута «Тольятти – Северная Италия: миф или реальность» опирается на историко-документальный анализ, кейс-стади моногорода, полевые наблюдения и качественный SWOT-анализ. Пилотная апробация маршрута в формате экскурсий и образовательных мероприятий показала его востребованность у разных аудиторий и способность переосмысливать образ города, выводя на первый план сюжеты международного сотрудничества, культурной дипломатии и совместного проектирования городской среды.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложенная концепция может быть использована органами местного самоуправления, туристско-информационными центрами, образовательными и культурными организациями при формировании и обновлении городских экскурсионных программ и событийных проектов. Итальянский сюжет может стать одной из опорных линий локального бренда Тольятти, дополняя образ индустриального центра образом территории с богатой

историй международных контактов и современной культурной повесткой [14–16].

Сформулированные в ходе исследования рекомендации направлены на усиление маршрута и развитие сопутствующей инфраструктуры. К ним относятся улучшение визуальной идентификации итальянского наследия через создание «якорных» объектов и арт-инсталляций, развитие цифровых инструментов сопровождения маршрута, расширение партнёрств с образовательными и культурными институциями, а также более активное включение маршрута в региональные и межрегиональные туристские цепочки. Важной задачей становится дальнейшее укрепление связей с итальянскими городами-партнёрами и участие Тольятти в международных проектах, посвящённых культурным маршрутам и индустриальному наследию.

Перспективы дальнейших исследований связаны с проведением количественных опросов участников маршрута, анализом его экономического и имиджевого эффекта для города, сравнением тольяттинского опыта с другими российскими и зарубежными кейсами использования «иностранный» наследия в городском туризме. Отдельного внимания требуют вопросы участия местных сообществ в совместном проектировании маршрута, разработки специализированных программ для молодёжи и интеграции тематического маршрута в цифровую экосистему регионального туризма и городского брендинга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Афанасьева А. В., Ибрагимов Э. Э., Чимири С. В., Спатарь-Козаченко Т. И. Культурные туристские маршруты как механизм геополитической интеграции // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2022. Т. 16. № 1. С. 113–136.
2. Огурцова Ю. Н. Культурный маршрут как составляющая формирования устойчивого развития дестинаций во внутреннем туризме // *Туризм и гостеприимство*. 2023. № 1. С. 3–10.
3. Иванова М. В., Матюнин В. М. Промышленный туризм – новый тренд развития сибирских моногородов // *Вестник Кемеровского государственного университета*. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2022. Т. 7. № 4. С. 501–510.
4. Szromek A. R., Butler R. W. A re-positioning of post-industrial heritage in Upper Silesia, Poland, into an integrated thematic tourist route // *Journal of Heritage Tourism*. 2024. Vol. 19. No. 2. P. 310–330.
5. Жиркова Л. В. Проблемы и перспективы реализации культурно-образовательных туристических маршрутов для молодёжи в удалённых регионах // *Вестник науки*. 2024. № 1. С. 43–52.
6. Pasandideh S., Raiyani K., Lerones P. M. et al. Co-Designing in Cultural Tourism: TExTOUR ICT Services and Performance Monitoring System // *Heritage*. 2024. Vol. 7. No. 11. P. 6151–6172.
7. Скорятин О. В. Советско-итальянское культурное взаимодействие в период строительства Волжского автомобильного завода. 1966–1974 гг.: дис. ... канд. ист. наук. Тольятти: Поволжский гос. ун-т сервиса, 2009. 173 с.
8. Башинджаган Е. А. Трудный путь к Жигулям / ред. А. А. Шаврин. Тольятти, 2006. 408 с.
9. Giunta C., Silva G. Турин–Тольятти. Fiat–АвтоВАЗ / пер. с итал. Е. Юхнович. Тольятти: ООО «Двор печатный АВТОВАЗ», 2021. 144 с.
10. Residori M., Солодилов М. В. Будущее общественных пространств моногорода на примере проекта «Итальянский парк» в Тольятти // *Вестник Самарского государственного архитектурно-строительного университета*. 2012. № 1. С. 30–36.
11. В период с 19 по 26 августа 2011 г. городской округ Тольятти посетила официальная делегация провинции Пьяченца (Италия) // Официальный портал администрации городского округа Тольятти. 2011. URL: <http://www.tgl.ru/structure/departments/sobytiya/558/> (дата обращения: 20.11.2025).
12. Мероприятие «День Тольятти» в Посольстве Итальянской Республики в РФ // Официальный портал администрации городского округа Тольятти. URL: <http://www.tgl.ru/structure/departments/sobytiya/8473/> (дата обращения: 20.11.2025).
13. Безгина, О. А. История города Ставрополя–Тольятти: историографический аспект / О. А. Безгина // *Вестник Самарского государственного университета*. История, педагогика, филология. – 2024. – Т. 30, № 3. – С. 20–31. – DOI 10.18287/2542-0445-2024-30-3-20-31. – EDN UYDSBJ.
14. Чекушин, Д. С. Историческое наследие современного города как объект для туризма / Д. С. Чекушин // *Новые промышленные города: эволюция и этапы развития со второй половины XX века до наших дней : сборник материалов*, Тольятти, 12–14 октября 2022 года. – Тольятти: Тольяттинский государственный университет, 2024. – С. 231–238. – EDN TODGLC.
15. Давыденко, А. А. Теоретические подходы к описанию аксиологии пространства города Тольятти / А. А. Давыденко // *Новые промышленные города: эволюция и этапы развития со второй половины XX века до наших дней : сборник материалов*, Тольятти, 12–14 октября 2022 года. – Тольятти: Тольяттинский государственный универ-

ситет, 2024. – С. 252–257. – EDN KCRGFV.

16. Мармилова, Е. П. Локальные культурно-исторические бренды субъектов Российской Федерации как фактор развития внутреннего туризма / Е. П. Мармилова, И. А. Сизова // *Псковский регионологический журнал*. – 2023. – Т. 19, № 3. – С. 108–122. – DOI 10.37490/S221979310026304-7. – EDN MIQSTU.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests

Received date: 13.11.2025

Approved date: 27.11.2025

Accepted date: 29.12.2025

УДК 379.822

EDN: CXYKRD

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

БУЛАХ Кирилл Александрович, студент Высшей школы туризма и социальных технологий

Поволжский государственный университет сервиса

445017, Россия, Тольятти, kbulah25@gmail.com

АЛЕКСЕЕВА Наталья Дмитриевна, кандидат философских наук, доцент, директор Высшей школы туризма и социальных технологий

Поволжский государственный университет сервиса

445017, Россия, Тольятти, natali0174@mail.ru

SPIN-код: 8752-9808

AuthorID: 648580

Аннотация. В статье рассмотрены особенности развития историко-культурного туризма в Самарской области. Анализируя документы, обращаясь к системному и сравнительному анализу, мы определили возможности реализации инвестиций в историко-культурный туризм. Было проанализировано культурно-историческое наследие региона, рассмотрены тенденции развития историко-культурного туризма в области, сделаны выводы о состоянии культурно-исторического туризма в Самарской области. Область обладает уникальным синтезом исторических, архитектурных и культурных традиций, что создает благоприятную атмосферу для развития историко-культурного туризма.

Ключевые слова: историко-культурный туризм, культурно-историческое наследие, туризм, Самарская область, регион, развитие.

© Булах К.А., Алексеева Н.Д., 2025

FEATURES OF DEVELOPMENT OF HISTORICAL AND CULTURAL TOURISM IN SAMARA REGION

BULAKH Kirill Aleksandrovich, student of the Higher School of Tourism and Social Technologies

Volga Region State University of Service

445017, Russia, Togliatti, kbulah25@gmail.com

ALEKSEEVA Natalya Dmitrievna, PhD, Associate Professor, Director of the Higher School of Tourism and Social Technologies

Volga Region State University of Service

445017, Russia, Togliatti, natali0174@mail.ru

Abstract. The article considers the features of development of historical and cultural tourism in Samara region. By analyzing documents and using systemic and comparative analysis, we identified opportunities for investing in historical and cultural tourism. The cultural and historical heritage of the region is analyzed, trends of development of historical and cultural tourism in the region are considered, and conclusions are made about the state of cultural and historical tourism in Samara region. The region has a unique synthesis of historical, architectural and cultural traditions, which creates a favorable atmosphere for development of historical and cultural tourism.

Keywords: historical and cultural tourism, cultural and historical heritage, tourism, Samara region, region, development.

© Bulach K.A., Alekseeva N.D., 2025

ВВЕДЕНИЕ

Историко-культурный туризм занимает важное место в туристской индустрии. Благодаря этому виду туризма путешественники погружаются в историю и уникальный быт самых разных народов. Также «повышение уровня владения информацией о достопримечательностях, культурном и историческом наследии РФ достигается путем развития въездного и внутреннего туризма, что способствует популяризации традиций народов России и их развитию в современном мире» [1, с. 24].

Самарская область, обладая богатым культурно-историческим наследием, становится привлекательным направлением для туристов. Регион обладает своими памятниками архитектуры, музеями и необычными традициями, что помогает развивать туризм и способствует возрастанию интереса к данному виду туризма.

МЕТОДОЛОГИЯ

Целью данной научной статьи является анализ развития историко-культурного туризма в Самарской области, выявление факторов его роста, а также исследование проблем и перспектив.

В ходе исследования были использованы следующие методы исследования: анализ документов, системный и сравнительный анализ.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Историко-культурное наследие Самарской области

Стоит начать с того, что относится к объектам культурно-исторического наследия. По мнению Т. Е. Сиволап, к уникальным историческим территориям стоит отнести «малые исторические города, исторические сельские поселения, древние города, усадебные комплексы, истори-

ко-культурные памятники, дворцово-парковые ансамбли, исторические постройки и др.» [2, с. 15].

В Самарской области есть множество различных историко-культурных памятников, привлекающих туристов, среди которых:

1. Архитектурные памятники характеризуются высокой ценностью. Спасо-Преображенский собор в Самаре, построенный в 1881 году является образцом русской православной архитектуры XIX века отличается монументальностью, уникальными иконами и росписями. Усадьба Бобровых в селе Ширяево является значимым примером провинциальной усадебной архитектуры XIX века. В настоящее время там проводятся культурные мероприятия и выставки, что способствует популяризации туризма в регионе.

2. Музеи Самарской области также играют значительную роль в культурно-просветительской деятельности, и культурно-исторический туризм предполагает посещение культурных мероприятий, ОКН, в том числе музеев [3, с. 182]. В Самарский художественном музее представлена большая коллекция картин таких мастеров, как Илья Репин и Василий Суриков. Организуя выставки и образовательные программы, музейные центры популяризуют изобразительное искусство. Музей космонавтики отражает вклад Самарской области в развитие отечественной космонавтики, предоставляя уникальные модели космических аппаратов, личные вещи космонавтов и интерактивные материалы. Все это способствует развитию туризма.

3. Природные и исторические заповедники, самыми известными из которых являются Национальный парк

«Самарская Лука» и Приволжский заповедник, представляя собой уникальные природно-культурные комплексы. Сочетая в себе особо охраняемые природные зоны и объекты археологического и исторического значения, они предоставляют уникальный туристский опыт, что выделяет эти туристские объекты среди других. Здесь созданы условия для пеших, велосипедных и водных экскурсий, способствуя не только развитию туризма в регионе, но и повышая экологическую культуру и сознательность экскурсантов.

4. Культурные традиции также являются одним из факторов формирования уникального облика Самарской области для туристов, включающие в себя народные праздники, ремесло, гастрономию. Важной частью нематериального культурного наследия являются фестивали, такие как «Самарская весна». Они способствуют сохранению народного искусства и ремесел, что также привлекает туристов. Гости вовлекаются в различные мастер-классы, знакомятся с местными гастрономическими традициями.

Таким образом, историко-культурное наследие области создает основу для привлечения туристов, предоставляя им уникальный туристский продукт.

Тенденции развития историко-культурного туризма в области

В течении последних лет у туристов наблюдается рост интереса к историко-культурному туризму. Экскурсанты становятся все более заинтересованы в предоставлении им уникального опыта путешествия и впечатления об отдыхе, выходящие за рамки экскурсионной программы. Примером служат тематические круизы по Волге, которые включают посещение исторических усадеб, монастырей и музеев, что способствует формированию уникальных и комплексных маршрутов, а также развитию регионального туризма.

Цифровизация выступает одним из основных факторов, меняющих организацию туристских услуг. Внедрение информационных технологий повышает удобство и доступность туристского продукта. Онлайн-платформы и приложения дают возможность удобного поиска и бронирования экскурсий, а также получение актуальной информации о культурных событиях и объектах в регионе. Использование интерактивных карт, виртуальных туров и цифровых гидов способствует получению экскурсантом более индивидуального, личного опыта, также привлекая более молодую аудиторию путешественников. Цифровизация способствует объединению культурного наследия с современной инфраструктурой, что повышает конкурентоспособность региона на рынке туристских услуг.

Следует обратить внимание и на социальные сети и онлайн-платформы. Социальные медиа выступают площадкой для продвижения туристского продукта путем обмена впечатлениями о поездке между пользователями и создания положительного общественного мнения о туристском продукте, формируя у туристов предпочтения. Активное использование хэштегов, таких как #Самара и #КультураСамары, способствует распространению информации о мероприятиях, достопримечательностях и новых туристских маршрутах, формируя позитивный имидж региона.

Таким образом, современные тенденции в развитии историко-культурного туризма представляют собой предоставление уникального опыта туристам, повышение доступности туристских продуктов, а также эффективное использование социальных сетей для популяризации как отдельного продукта, так и всего региона.

Перспективы развития историко-культурного туризма

Развитие историко-культурного туризма в Самарской области – одно из направлений для инвестиций, ведь развитие инфраструктуры и новые культурные проекты будут способствовать созданию новых рабочих мест и повышению качества оказываемых услуг. Например,

уже сейчас в регионе реализуется Стратегия социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года [4] и национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [5].

Существует несколько возможностей реализации инвестиций в историко-культурный туризм:

Инвестиции можно направить на реализацию различных проектов, направленных на восстановление и сохранение культурно-исторического наследия региона. Государственные и частные инвестиции можно вложить в восстановление исторических зданий и улучшение инфраструктуры, что повысит туристскую привлекательность региона и доступность туристских ресурсов. Также можно рассмотреть создание специальных фондов или программ поддержки проектов и инициатив, направленных на развитие историко-культурного туризма, включающие:

- Восстановление исторических зданий и сооружений
- Создание музеев и выставочных комплексов
- Разработку туристских маршрутов и экскурсий
- Организацию культурных фестивалей и мероприятий

Следует понимать, что для успешного развития туризма в регионе необходим комплексный подход, включающий:

1. Улучшение инфраструктуры, а именно: гостиничной базы, транспортной инфраструктуры и туристской инфраструктуры. Это сделает пребывание туристов в регионе более комфортным и приятным.

2. Разработка эффективной маркетинговой стратегии, ведь проведение рекламных компаний и участие в выставках и фестивалях, а также создание рекламных брошюр, плакатов и видеороликов позволят сделать регион более узнаваемым и привлечет новых туристов.

3. Активное участие местного населения, так как необходимо привлекать жителей к участию в туристской индустрии. Необходимо создать программы для обучения местных жителей навыкам туристского обслуживания. Это позволит привлечь в туризм новые кадры и сделать регион более привлекательным и клиентоориентированным.

4. Внедрение инноваций в историко-культурный туризм. Так, в туристской деятельности инновациями можно назвать формирование нового или трансформацию существующего продукта, например: совершенствование транспортных, гостиничных услуг, внедрение информационных технологий [6]. Использование инвестиций в этом направлении позволит региону быть передовым в сфере историко-культурного туризма, что повысит престиж области.

Для того чтобы реализация данных программ проводилась более успешно, следует обратить внимание и изучить успешные стратегии, применяемые в других регионах, которые могут быть использованы в Самарской области. Например, опыт Татарстана в развитии культурного туризма, включая создание туристских маршрутов, основанных на истории и культуре [7]. Кроме того, можно рассмотреть опыт таких регионов, как Москва и Санкт-Петербург, где внедряются самые новейшие разработки и методики культурно-исторического туризма и имеющие в его развитии значительный опыт. В Москве можно рассмотреть создание музеев и выставочных комплексов, а в Санкт-Петербурге – организацию культурных фестивалей и мероприятий.

Таким образом, Самарская область имеет значительные перспективы развития, и для их реализации необходим комплексный подход, опирающийся на новейшие разработки и практики из других регионов. Если следовать данной концепции, то Самарская область станет еще более привлекательным регионом для историко-культурного туризма.

ВЫВОДЫ

Можно сделать вывод о том, что развитие историко-культурного туризма в Самарской области является отраслью с большим потенциалом для развития региона.

Область обладает уникальным синтезом исторических, архитектурных и культурных традиций, что создает благоприятную атмосферу для развития историко-культурного туризма. Развитие инфраструктуры, формирование имиджа области как привлекательного для туризма региона, активное внедрение местных жителей в туризм и заимствование опыта у других регионов страны сделает историко-культурный туризм одной из ведущих отраслей в регионе и поспособствует его устойчивому развитию и процветанию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Петренко, Н. Е. Развитие въездного и внутреннего туризма как инструмент диверсификации региональной экономики (на примере Г. Новосибирска и Новосибирской области) / Н. Е. Петренко, В. В. Шумков // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2024. – Т. 20, № 3(78). – С. 23-26. – EDN LGPBCU.
2. Сиволап, Т.Е. Актуальные проблемы сохранения культурного наследия России [Текст] / Т.Е. Сиволап // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 1. – С. 14-18. – EDN: WKAYNP.
3. Абдулкеримов, К.К., Давудов, К.Р. Современные проблемы и перспективы развития туризма в России // Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы. – 2019. – № 3. – С. 153-154. – EDN: TFIDHJ.
4. Селиваненко, А.М. «Культурный туризм» как одна из форм сохранения памятников архитектуры и истории [Текст] / А.М. Селиваненко // Научное мнение. – 2015. – № 8-1. – С. 182-185. EDN: VCMOMN.
5. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (утв. Ростуризмом) [Электронный ресурс] // Правительство России. - иКб: <http://government.ru/rugovclassifier/920/events/> (дата обращения: 26.05.2025).
6. Фадина, Н. В., Байкова, О. А. Проблемы и перспективы развития туристско-рекреационного потенциала Самарской области // Молодой ученый. 2014. № 10. С. 269-271. EDN: SGXMEL.
7. Арефьева, Ю. А. Креативные тренды туризма в Республике Татарстан / Ю. А. Арефьева // Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства : Материалы V Международной научно-практической конференции, Москва, 23 сентября 2022 года / Под редакцией Е.Е. Коноваловой. – Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2022. – С. 9-17. – EDN XMLIPW.
8. Сиротина, А. В. География природных объектов Самарской области как основа для развития туризма / А. В. Сиротина // Технологизация социо-экономической сферы. – 2025. – Т. 3, № 3(8). – С. 32-33. – EDN BFPRIB.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 04.09.2025

Approved date: 11.11.2025

Accepted date: 29.12.2025

УДК 005:811.111-26

EDN: EGNXFX

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

ВАЛЕЕВА Александра Эльдаровна, магистрант
Поволжский государственный университет сервиса
445017, Россия, Тольятти, saha12letcat@mail.ru

БЛАГОВ Юрий Владимирович, кандидат педагогических наук, доцент,
доцент Высшей школы туризма и социальных технологий
Поволжский государственный университет сервиса
445017, Россия, Тольятти, yuri-blagov@mail.ru

SPIN-код: 7502-3491

AuthorID: 909008

Аннотация. В данной статье рассматривается роль английского языка в качестве неотъемлемого элемента стратегического планирования на современных предприятиях. Инвестиции в развитие языковой компетенции являются прямыми инвестициями в стратегическую гибкость компании. Авторы отмечают, что предприятия, сотрудники которых владеют английским языком, более глубоко анализируют глобальный рынок, формируют эффективные международные стратегии, стимулируют развитие инноваций и привлекают высококвалифицированные кадры.

Ключевые слова: стратегическое планирование, английский язык, глобализация, конкурентное преимущество, международный бизнес.

© Валеева А.Э., Благов Ю.В., 2025

ENGLISH LANGUAGE AS AN INTEGRAL ELEMENT OF STRATEGIC PLANNING IN AN ENTERPRISE

VALEEVA Alexandra Eldarovna, Master's Student
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, saha12letcat@mail.ru

BLAGOV Yuri Vladimirovich, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the
Higher School of Tourism and Social Technologies
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, yuri-blagov@mail.ru

Abstract. This article examines the role of English as an integral element of strategic planning in modern enterprises. Investments in language proficiency are direct investments in company's strategic flexibility. The authors note that companies whose employees speak English are able to more deeply analyze the global market, formulate effective international strategies, foster innovation, and attract highly qualified personnel.

Keywords: strategic planning, English language, globalization, competitive advantage, international business.

© Valeeva A.E., Blagov Yu.V., 2025

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной работы заключается в глобализации бизнеса: расширение рынков сбыта, цепочки поставок до международного уровня, а также появления кросс-границного сотрудничества. Независимо от расположения компании или ее отраслевой принадлежности, английский язык укоренился в качестве главного средства общения между двумя и более странами. Английский – не просто один из языков, а важный инструмент в сфере бизнеса, науки и технологий. Незнание или недостаточное владение языком означает изоляцию от значительной части мировых открытий, опыта и инноваций, а также от потенциальных партнеров, что ослабляет стратегическую позицию предприятий.

Проблемой исследования заключается в том, что многие организации рассматривают знание английского языка как функциональный, а не стратегический фактор, влияющий на конкурентоспособность и эффективность развития предприятия. К. Б. Герасимов отмечает в своей статье, что «обучение, связанное с работой, является сознательным стремлением организации преобразовать процессы обучения в соответствии с текущими и будущими требованиями организации» [1].

МЕТОДОЛОГИЯ

Целью исследования является обоснование определения английского языка как неотъемлемого элемента стратегического планирования на предприятии.

Задачи исследования:

– Проанализировать роль английского языка на этапах стратегического планирования.

– Выявить преимущества для организации, которая формирует англоязычную корпоративную среду.

Объект исследования – процесс стратегического

планирования на предприятии. Предмет исследования – английский язык как инструмент и фактор, влияющие на эффективность стратегического планирования на предприятии.

За основу исследования был взят материал из трудов экспертов прошлых лет, таких как А. Н. Анюшенкова [2], Н. С. Шашина [3] и другие.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Процесс стратегического планирования не является строго линейным. Результаты последнего этапа часто приводят к пересмотру целей и стратегии, тем самым делая стратегическое планирование непрерывным циклом. Для того чтобы понимать, как английский язык влияет на этапы стратегического планирования, необходимо разобраться в вышеупомянутых этапах.

Основные этапы стратегического планирования [4]:

1 этап – анализ текущей ситуации и окружающей среды. На данном этапе организация оценивает внутренние факторы, такие как свои силы и возможности (ресурсы, компетенции, стоимость товара), а также внешние факторы (политические, социальные, технологические, конкуренты предприятия и отрасль).

2 этап – формулирование миссии, видения и ценностей. Данный этап – основа для постановки целей. Формируется миссия, видение и ценности предприятия.

3 этап – постановка стратегических целей. Формируются цели, которые необходимо достичь. Часто формулируются по технологии SMART, (Specific (Конкретная), Measurable (Измеримая), Achievable (Достижимая), Relevant (Актуальная), Time-bound (Ограниченная по времени)) [5].

4 этап – разработка стратегии. Этап, на котором определяется путь достижения поставленных целей.

Результатом будет являться детальный план действий или дорожная карта.

5 этап – реализация стратегии. «Оживление» стратегии, реальные действия и изменения в организации.

6 этап – оценка результатов и контроль. На данном этапе происходит понимание, насколько эффективно работает стратегия.

Для компании, стремящейся быть конкурентоспособной на глобальном рынке, английский язык – это не просто «плюс», а критический стратегический актив. Он устраняет коммуникационные барьеры, обеспечивает доступ к лучшим знаниям и практикам и позволяет выстраивать единую и согласованную систему управления по всему миру. Далее мы покажем влияние английского языка на каждом этапе стратегического планирования:

1 этап – Английский язык является одним из самых распространенных и влиятельных языков в мире, на котором пишутся международные отчеты, научные и отраслевые исследования, финансовые новости, без данных документов компания рискует опираться на неполные или устаревшие данные. Многие методы стратегического планирования также опираются на английский язык, без понимания языка невозможно правильно и точно применить методы стратегического планирования.

2 этап – При создании единой корпоративной культуры также необходимо опираться на английский язык. Крупные предприятия, имеющие филиалы в других странах, должны объединять всех сотрудников в один сплоченный коллектив для достижения целей компании. Также благодаря развитию речевой среды среди сотрудников статус компании будет повышаться, и привлекать лучших специалистов со всего мира.

3 этап – Технология SMART изначально англоязычная, что может стать барьером в понимании использования данной концепции. Если инвесторы компании или ее ключевые партнеры находятся за рубежом, все стратегические цели и дорожные карты создаются и утверждаются на английском языке [6].

4 этап – Для разработки действительно эффективной стратегии иногда необходимо привлекать консалтинговые компании. Работа с международными консалтинговыми компаниями ведется почти исключительно на английском.

5 этап – Взаимодействие с иностранными поставщиками и партнерами ведется на английском. Международные проекты также используют английский язык для отчетности.

6 этап – Четкость формулировок при обсуждении отклонений в стратегии крайне важна.

Внедрение английского языка в систему стратегического планирования предоставляет организации ряд ключевых конкурентных преимуществ, которые можно сгруппировать по следующим ключевым направлениям:

1. Глобальная экспансия и рост рынка. С помощью английского языка устраняется барьер при выходе на международный рынок, облегчаются маркетинговые исследования и переговоры с посредниками, повышается инвестиционная привлекательность компании.

2. Операционная эффективность и инновации. Большая часть научных и технических трудов публикуется на английском языке, компания может получить доступ к исследованиям и патентам в числе первых, без посредников и задержек.

3. Кадровые преимущества и укрепление бренда работодателя. Компания позиционирует себя как современная и конкурентоспособная, что дает возможности для кадрового расширения, может нанимать лучших профессиональных специалистов из разных стран.

4. Усиление конкурентных преимуществ. Лояльность международных клиентов повышается, шанс что они воспользуются услугой компании или купят товар значительно вырастает, а участие в международных форумах, выставках и конференциях повышает узнаваемость бренда и усиливает авторитет предприятия.

5. Снижение рисков и повышение гибкости. Руководство компании принимает более взвешенные решения, основываясь не только на региональных экономических трендах, и опираясь на локальных потребителей, но и на мировых. Также, квалифицированные сотрудники легче адаптируются в кризисных ситуациях [7].

Владение английским языком трансформируется из простого навыка в стратегический актив, который напрямую влияет на финансовую деятельность предприятия, ее устойчивость на рынке и конкурентоспособность. В современной глобальной экономике это не просто «приятное дополнение», а критическое требование для любого бизнеса, стремящегося к лидерству.

ВЫВОДЫ

Таким образом, можно сделать вывод, что знание английского языка для стратегического планирования на предприятии не просто конкурентное преимущество, а необходимость. Предприятия, не использующие английский язык как элемент своей стратегии, ограничивают себя в получении различных знаний и навыков в области инноваций, а также замедляют или вообще пресекают потенциал для роста и укрепления международных связей. Инвестиции в развитие языковой компетенции являются прямыми инвестициями в стратегическую гибкость, ведь так предприятие станет более устойчиво к кризисам и неожиданным ситуациям.

Для компании, стремящейся не просто выживать, а задавать тренды в своей отрасли, формирование англоязычной корпоративной среды перестает быть опцией и становится обязательным элементом архитектуры будущего. Это тот фундамент, без которого невозможно построить по-настоящему глобальную, гибкую и устойчивую организацию, способную побеждать в конкурентной борьбе XXI века.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Герасимов, К. Б. Постоянное улучшение практик управления человеческими ресурсами: региональный аспект / К. Б. Герасимов // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2024. – Т. 20, № 1(76). – С. 5-10. – EDN CNKSQV.
2. Анюшенкова, О. Н. Английский язык. Менеджмент (English for Management) : учебное пособие / О.Н. Анюшенкова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. – 426 с. – ISBN 978-5-16-017899-8.
3. Шашина, Н. С. Механизм управления человеческим капиталом на отечественных предприятиях / Н. С. Шашина, Э. С. Шашина // Информационные технологии и системы: управление, экономика, транспорт, право. – 2019. – № 2(34). – С. 92-96. – EDN UAAARIO.
4. Федотова, Л. С. Этапы стратегического планирования и методика разработки и оценки стратегических альтернатив торгового предприятия / Л. С. Федотова // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2010. – № 4. – С. 77-82. – EDN NEBGH.
5. Менеджмент: век XXI: сб. статей / под ред. О. С. Выханского, А. И. Наумова – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. – 352 с. – ISBN 978-5-9776-0353-9.
6. Кавнатская, Е. В. Английский язык в профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / Е. В. Кавнатская. - Москва : Российский государственный университет правосудия (РГУП), 2024. – 69 с. – ISBN 978-5-00209-131-7.
7. Анюшенкова, О. Н. Английский язык. Финансовый менеджмент (English for Financial Management) : учебник / О.Н. Анюшенкова. — Москва : ИНФРА-М, 2025. – 379 с. – ISBN 978-5-16-019799-9.
8. Кузина, Р. А. Популярность английских слоганов в обществе как рычаг повышения продаж / Р. А. Кузина, Л. А. Хохленкова // Технологизация социо-экономической сферы. – 2024. – Т. 2, № 2(3). – С. 5-6. – EDN CQWPKD.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests

Received date: 24.10.2025

Approved date: 07.11.2025

Accepted date: 29.12.2025

УДК 159.9
EDN: EIRNQR

НАРЦИССИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ХАРАКТЕРА У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

КОЛМЫКОВА Дарья Андреевна, студент специальности «Таможенное дело»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
445017, Россия, Тольятти, kolmykova.darya21@mail.ru

ПЕТРОВА Арина Вячеславовна, студент специальности «Таможенное дело»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
445017, Россия, Тольятти, arinka2005nik@mail.ru

ШАРАШОВА Анастасия Юрьевна, студент специальности «Таможенное дело»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
445017, Россия, Тольятти, nastya.sharashova06@mail.ru

СТЕПАНОВА Мария Анатольевна, кандидат педагогических наук, заместитель директора Высшей школы
туризма и социальных технологий
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
445017, Россия, Тольятти, lady-tlt@yandex.ru

SPIN-код: 7702-0008
AuthorID: 353081

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые факторы, влияющие на развитие нарциссических черт у современной молодежи в условиях социально-культурных трансформаций. Особое внимание уделяется роли социальных сетей, которые усиливают потребность в признании и формируют новые механизмы самопрезентации, а также влиянию семейного воспитания и образовательной среды на формирование самооценки и личностных качеств. Анализируются психологические особенности нарциссизма, включая внутреннюю уязвимость и страх отвержения, а также социальные и экономические последствия преобладания нарциссических тенденций. Отмечается, что нарциссизм затрудняет установление глубоких межличностных отношений, снижает эмпатию и способствует росту индивидуализма. В статье подчеркивается необходимость комплексного подхода к профилактике и коррекции нарциссизма через развитие социальной ответственности и гармоничного самовосприятия, включая образовательные программы, психологическую поддержку и активное участие семьи и наставников. Результаты исследования имеют весомые значения для понимания современных вызовов в личностном развитии молодежи и выработки эффективных стратегий их социальной адаптации.

Ключевые слова: нарциссизм, молодежь, социальные сети, самооценка, социально-культурные условия, современные технологии, семейное воспитание, образовательная среда, культурные тенденции, эмоциональная устойчивость, депрессия, тревожность, внешняя привлекательность, культура индивидуализма, авторитарный стиль воспитания, эмпатия.

© Колмыкова Д.А., Петрова А.В., Шарашова А.Ю., Степанова М.А., 2025

NARCISSISTIC CHARACTER TRAITS IN MODERN YOUTH

KOLMYKOVA Darya Andreevna, a student of the specialty "Customs Business"
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, kolmykova.darya21@mail.ru

PETROVA Arina Vyacheslavovna, a student of the specialty "Customs business"
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, arinka2005nik@mail.ru

SHARASHOVA Anastasia Yuryevna, a student of the specialty "Customs business"
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, nastya.sharashova06@mail.ru

STEPANOVA Maria Anatolyevna, Candidate of Pedagogical Sciences, Deputy Director of the Higher School of
Tourism and Social Technologies
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, lady-tlt@yandex.ru

Abstract. The article examines the key factors influencing the development of narcissistic traits in modern youth in the context of socio-cultural transformations. Special attention is paid to the role of social networks, which reinforce the need for recognition and form new mechanisms of self-presentation, as well as the influence of family upbringing and the educational environment on the formation of self-esteem and personal qualities. The psychological features of narcissism are analyzed, including internal vulnerability and fear of rejection, as well as the social and economic consequences of the prevalence of narcissistic tendencies. It is noted that narcissism makes it difficult to establish deep interpersonal relationships, reduces empathy and promotes the growth of individualism. The article highlights the need for a comprehensive approach to the prevention and correction of narcissism through the development of social responsibility and harmonious self-perception, including educational programs, psychological support and the active participation of family and mentors. The results of the study have significant implications for understanding modern challenges in the personal development of young people and developing effective strategies for their social adaptation.

Keywords: narcissism, youth, social networks, self-esteem, socio-cultural conditions, modern technologies, family upbringing, educational environment, cultural trends, emotional stability, depression, anxiety, attractiveness, culture of individualism, authoritarian parenting style, empathy.

© Kolmykova D.A., Petrova A.V., Sharashova A.Yu., Stepanova M.A., 2025

ВВЕДЕНИЕ

Психологи утверждают, что в современном обществе встречается все больше людей с нарциссическими чертами личности. Это связывают с тем, что социальные сети

побуждают людей любоваться собой, выставлять свои лучшие стороны на показ и конкурировать за внимание и одобрение других, а ценности добра, дружбы и любви отходят на второй план. Из-за этого у многих людей про-

являются нарциссическое расстройство личности.

Нарциссизм выражается в том, что человек хочет внимание со стороны окружающих, в следствие чего он слишком высоко себя оценивает и плохо понимает чувства других. Исследовать нарциссизм среди молодежи важно – он влияет на отношения с другими людьми, на работу и на психологическое состояние общества в целом.

В последние годы интерес к этой теме возрос – социальные сети стали популярнее, люди в большей степени заиклены на себе, а воспитание изменилось. Однако данные предоставлены в недостаточной мере, чтобы определить, как именно проявляется нарциссизм у современной молодежи и каковы способы снижения уровня нарциссизма молодого поколения в наше время.

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель исследования – изучить нарциссические черты у современной молодежи и предложить возможные пути коррекции и профилактики нарциссического поведения.

В ходе исследования был проведен анализ психологических особенностей нарциссизма, включая внутреннюю уязвимость и страх отвержения, а также социальные и экономические последствия преобладания нарциссических тенденций.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В настоящее время наблюдается значительный рост интереса к изучению факторов, влияющих на развитие нарциссических черт у молодежи. Социально-культурные условия, в которых растет современное поколение, существенно влияют на формирование их самооценки и представлений о себе. Ключевыми факторами являются использование социальных сетей и современных технологий, роль семейного воспитания, образовательной среды и культурные тенденции, которые взаимосвязаны и вместе формируют уникальный контекст взросления современной молодежи.

Одним из наиболее влиятельных факторов выступают социальные сети, которые занимают центральное место в жизни молодежи, создавая новые механизмы самопрезентации и взаимодействия. Постоянное стремление к получению лайков и подписчиков стимулирует развитие нарциссизма, связанного с потребностью в одобрении и признании. Социальные сети создают порочный круг: уже существующие нарциссы получают ежедневную дозу признания, загружая фотографии, а сама платформа способствует развитию и поддержанию этих черт. Особенно платформы с визуальным контентом, которые усиливают самовозвеличивание и сравнительные оценки, что снижает эмоциональную устойчивость молодежи и повышает риск депрессий и тревожности, особенно у подростков [1]. Кроме того, использование фильтров и идеализированных образов усиливает искажение восприятия себя и снижает уверенность в естественной внешности [2].

Как подчеркивает Д. К. Поголяева, «селфизм, как форма наблюдаемого нарциссизма, следует рассматривать как социокультурную девиацию, ставшую нормой в современном мире». Современные культурные нормы и идеалы, транслируемые через медиа и поп-культуру, акцентируют внимание на личностном успехе, внешней привлекательности и материальном благополучии. Культ внешности и успеха формирует у молодежи образ “идеального я”, что увеличивает потребность в подтверждении собственной значимости. Культура индивидуализма, характерная для многих современных обществ, усиливает проявления нарциссизма, акцентируя внимание на личных достижениях и самоутверждении [3; 4].

Однако влияние цифровых медиа тесно переплетается с другими социальными институтами, прежде всего с семьей. Семейное воспитание играет фундаментальную роль в формировании личности и самооценки. Авторитарные или гиперопекающие стили, чрезмерная похвала без объективной критики и недостаток эмоциональной поддержки способствуют формированию нарциссических черт, поскольку ребенок получает ис-

каженное представление о собственной уникальности. В то же время поддерживающая и уважительная семейная среда, поощряющая критическое мышление и эмпатию, способствует развитию здоровой самооценки и снижению нарциссизма. Следовательно, семейные ценности и стиль воспитания могут либо усугублять, либо смягчать влияние социальных сетей на развитие нарциссизма [5].

Образовательная среда также оказывает значительное влияние на развитие личности. Школы и университеты, реализующие программы, направленные на коллективизм, социальное взаимодействие и развитие эмоционального интеллекта, способны уменьшать тенденции к самоцентризму, а конкурентная учебная среда с упором на индивидуальные достижения и статус, напротив, может усиливать проявления эгоцентризма. В школе ученики регулярно сравниваются по успеваемости, участию в конкурсах, лидерству в классных коллективах. Это может приводить к тому, что подростки начинают формировать своё “Я” через оценки и признание среди сверстников, что способствует развитию нарциссической потребности в признании и превосходстве. Уделяется внимание успехам и достижениям, а не процессу и развитию личности. Мотивы учиться могут становиться внешними – ради похвалы и репутации, что характерно для нарциссических установок. Стоит учитывать влияние педагогов, которые либо чрезмерно хвалят без объективных оснований, либо наоборот – излишне критикуют, формируют у учеников нестабильное чувство собственной ценности и склонность искать внешнее подтверждение этому. Отсутствие навыков эмоционального развития в школах могут также развивать нарциссические черты. Если школа не развивает у детей отзывчивость, способность к саморефлексии и сотрудничеству, это способствует формированию эгоцентризма. В связи с этим, образовательные учреждения выступают важным посредником между культурными нормами и личностным развитием молодежи [5].

Нарциссизм может приводить к сложности в установлении глубоких и доверительных отношений. Как отмечают Е. О. Ермолов и Н. В. Тютюникова, «нарциссические черты современной личности проявляются во многих сферах жизнедеятельности: прежде всего в социальной сфере, межличностных и семейных отношениях, в сфере проявления и опознания чувств (интимной сфере), в профессиональной деятельности, в отношении саморегуляции, оценки и восприятия окружающей действительности» [6]. Молодежь с доминирующим нарциссизмом склонна к численным знакомствам, но с малой степенью эмоциональной глубины. Такие отношения часто основаны на односторонней выгоде или навязывании собственного мнения. Потребность быть в центре внимания и доминировать в группах способствует частым конфликтам и конкуренции, что негативно сказывается на командной работе и социальной гармонии. Молодые люди могут использовать других в своих интересах, что ведёт к разрушению доверия и формированию токсичных отношений.

Особенно ярко нарциссические тенденции могут проявляться у мужчин в условиях вооруженных конфликтов – сложной и многоаспектной реальности, обусловленной совокупностью психологических, социальных и культурных факторов. У участников таких событий может наблюдаться усиление нарциссических черт, связанных с экстремальным опытом, переживанием собственной значимости, миссии и особого статуса. Их неспособность или нежелание учитывать потребности и чувства других ведет к поверхностным или эгоцентричным отношениям, осложняя семейные, дружеские и партнерские связи. Романтические отношения для них становятся не партнерством, а инструментом самоподтверждения, снижая их глубину и доверие. Постоянное стремление к восхищению делает мужчин уязвимыми к любой критике, вызывая раздражение и агрессивные реакции, что ухудшает коммуникации в парах.

Кроме того, молодые люди с выраженными нарциссическими признаками часто страдают от эмоциональной нестабильности, поскольку их внутреннее ощущение ценности зависит от внешней похвалы. Недостаток стабильной самоуверенности ведет к частым колебаниям настроения, чувству неуверенности, тревожности и даже депрессии. Стремление к идеалу может вызывать чрезмерный стресс, страх провала и формирование комплексов низкой ценности.

Исследования показывают, что нарциссизм у молодых людей значительно влияет на их социальную адаптацию. Такие личности склонны ставить собственные интересы выше коллективных, что затрудняет совместную работу и создание равноправных отношений. Из-за недостатка эмпатии они часто не понимают потребности и чувства других, что приводит к конфликтам. Критика воспринимается болезненно, вызывая обиду или агрессию, что осложняет взаимодействие с окружающими.

Влияние нарциссизма у молодежи распространяется на общество в целом, а также на экономическую сферу. Высокий уровень нарциссизма способствует эгоцентризму, снижению чуткости и склонности к поверхностным отношениям, что разрушает социальные связи, снижает уровень доверия и укрепляет индивидуализм. Это ослабляет социальное единство и устойчивость обществ.

Нарциссические тенденции, проявляющиеся в стремлении к сверхпрестижу и потребности в постоянном признании, вызывают недовольство, если эти потребности не удовлетворяются. Это ведёт к конфронтациям, межличностному и межгрупповому конфликту, а также к росту агрессии, социальной разобщенности и даже конфликтам в межнациональных или культурных масштабах. Молодежь с преобладанием нарциссических черт придает большое значение внешним атрибутам успеха, популярности и материальным ценностям, что может привести к дегуманизации и переоценке индивидуальных материальных и статусовых аспектов. Учитывая влияние на экономику, нарциссизм стимулирует потребительство, сегментируя молодежь как активных потребителей материальных благ, социальных сетей, услуг, что ведет к росту экономики, но также и к потребительской культуре с возможными негативными последствиями для устойчивого развития. Нарциссически настроенные молодые люди склонны к быстрому поиску признания и вознаграждения, что может препятствовать развитию навыков командной работы, ответственности и долгосрочного планирования, необходимых для устойчивого профессионального роста, что в перспективе сказывается на экономической стабильности. Работодатели сталкиваются с молодежью, склонной к высоким требованиям, низкой терпимости к критике, тенденциям к виртуальному самопродвижению, что создает сложности в командной работе и ухудшает рабочий климат.

Для коррекции и профилактики нарциссических черт у молодежи необходим комплексный подход, направленный на развитие сострадания, саморефлексии, ответственности и гармоничного самовосприятия. Внедрение тренингов по эмпатии, управлению эмоциями и коммуникации в школьные и внеучебные программы помогает молодежи учитывать чувства других и строить здоровые отношения. Воспитательные практики должны подчеркивать важность заботы о других, командной работы и личностного роста, а не только достижений и статуса. Работа с психологами способствует осознанию моделей нарциссического поведения, развитию сочувствия и баланса в самопонимании. Групповые упражнения улучшают навыки взаимодействия и уважения к мнению других. Родители и наставники играют важную роль, помогая молодежи формировать реалистичное восприятие себя и поощряя внутренние ценности, такие как честность, ответственность и сочувствие. Программы развития социальной ответственности, проекты и инициативы, ориентированные на помощь другим, а также практики саморефлексии способствуют формированию

зрелой и гармоничной личности.

Понаблюдайте за тем, как обычно строятся разговоры. 50 на 50 – вот формула оптимального общения, когда можно и поговорить о себе, и обсудить темы, которые интересуют собеседника. Следует добиться такого соотношения в течение одного буднего и одного выходного дня, экспериментируя, меняя привычный стиль общения. Нередко мы переоцениваем свой вклад в развитие отношений. Например, в начале романтической влюбленности большинство людей склонны считать свою работу по дому более значительной, чем на самом деле. Когда мы уверены, что выполняем, по крайней мере, 50% домашних обязанностей, партнер (или сторонний наблюдатель) может оценить этот вклад как 25%. Если человек склонен к нарциссизму, то, скорее всего, полагает, что у него есть «особое право» и он не должен вкладывать в отношения столь же много, как партнер. Недостаточное участие в общем деле многие оправдывают тем, что их работа важнее, сложнее или требует высокой квалификации. В данном случае следует корректировать подобные предубеждения и вырабатывать более реалистичный взгляд.

Есть несколько способов победить нарциссизм. Во время сеансов семейной терапии используется психотерапевтическая техника «Три точки зрения», которая помогает вырабатывать менее эгоистичную позицию. Для этого предстоит научиться рассматривать каждую ситуацию с трех точек зрения:

Как она выглядит с вашей точки зрения.

Как ситуацию воспринимает другой вовлеченный в нее человек.

Как ее может увидеть нейтральный наблюдатель.

Стоит также усмирить веру в свою исключительность. Общению мешает преувеличенное представление о собственной важности, исключительности. Например, уверенность в том, что «другие должны подниматься по карьерной лестнице, но я заслуживаю сразу оказаться на вершине». Важно оценить наличие или отсутствие подобных установок. К примеру, можете ли вы почувствовать отчаяние или спонтанно уволиться только потому, что не складываются отношения, которых вы заслуживаете. Если это так, предстоит научиться более адекватно воспринимать себя.

Чтобы проработать свой нарциссизм, следует воспользоваться «Нарциссический опросник личности» (NPI-40) [7]. Нарциссический опросник личности (англ. Narcissistic Personality Inventory) – это широко используемый инструмент для определения степени нарциссизма в социально-психологических исследованиях. Сам NPI состоит из семи маркеров, таких как «Авторитет», «Самодостаточность», «Превосходство», «Демонстративность», «Использование людей», «Тщеславие», «Избранность». В каждой паре вопросов необходимо выбрать одно утверждение, которое наиболее точно соответствует вам на данный момент.

Такое анкетирование позволяет оценить уровень нарциссизма. Отвечая на вопросы, следует искать те области, в которых уход от нарциссических взглядов был бы полезным. Например, выбирая из двух вариантов – «Я не хуже и не лучше большинства людей» / «Я считаю, что я выдающаяся личность» – второй вариант, ответьте на вопрос: «Что произойдет, если я чаще буду применять первый подход?». А делая выбор между «Я могу читать людей как открытую книгу» и «Иногда люди сложны для понимания», необходимо отметить «Что значит для меня признать сложность, неоднозначность других людей? Что изменится в моих отношениях, если я буду не так уверен в своей способности безошибочно понимать их?». Для закрепления эффекта после данной практики стоит придумать три конкретные ситуации, в которых эти изменения во взглядах окажутся полезными.

ВЫВОДЫ

В современных условиях нарциссизм у молодежи – сложный феномен, связанный с биологией и социальными факторами. Социальные сети, культурные нормы,

семья и школа формируют самооценку и поведение молодых людей. Интернет-платформы усиливают потребность в признании, что снижает эмоциональную устойчивость. Семья и образование могут как усиливать, так и смягчать эти тенденции, влияя на эмпатию и ответственность.

Нарциссизм влияет на социальную адаптацию, отношения и карьеру молодежи, что отражается на обществе в целом: увеличивает конфликты и индивидуализм. Для коррекции нужны комплексные меры – развитие сочувствия, саморефлексии и социальной ответственности через образование, психологическую поддержку и воспитание. Это поможет формировать зрелую и гармоничную личность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Нарциссизм, невротизм и депрессия: как соцсети влияют на подростков / Кинжал: журнал Яндекс Практикума [Электронный доступ] // 2025. URL: <https://kinzhal.media/peterson-narciss/>
2. Как соцсети делают людей нарциссами / TechInsider [Электронный доступ] // 2024. URL: <https://www.techinsider.ru/science/1534163-pochemu-my-vse-stanovimsya-narcissami/>
3. Fishwick Carmen. I, narcissist – vanity, social media, and the human condition / The Guardian [Website] // 2016. URL: https://www.theguardian.com/world/2016/mar/17/i-narcissist-vanity-social-media-and-the-human-condition?CMP=share_btn_url
4. Таланцева Ю.А. Социальные сети и нарциссизм / b17.ru [Электронный доступ] // 2023. URL: <https://www.b17.ru/article/437848/>
5. Чикалина, В. А. Анализ влияния социальных сетей на рост нарциссизма / В. А. Чикалина // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 8(36). – С. 6-9. – EDN PRZQVO.
6. Ермолова Е.О., Тютюникова Н.В. «Психопатология» повседневной жизни: к вопросу о нарциссизме и классификации нарциссических черт личности. Профессиональное образование в современном мире. 2021;11(2):231-242.
7. Robert; Raskin; Terry, Howard. A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity (англ.) // Journal of Personality and Social Psychology : journal. – 1988. – Vol. 54, no. 5. – P. 890-902. – doi:10.1037/0022-3514.54.5.890.
8. Поголяева, Д. К. Понятие «нарциссизм» в теориях личности и современные подходы к изучению нарциссизма / Д. К. Поголяева // Актуальные проблемы психологической практики в силовых структурах: духовно-нравственные основы профессионализма : Сборник научных статей IX Всероссийской межведомственной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 28 ноября 2024 года. – Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2025. – С. 260-265. – EDN EKQNAI.
9. Савина, С. А. Взаимосвязь нарциссизма и интернет-зависимости у лиц, пользующихся социальными сетями / С. А. Савина // МНСК-2020. Психология : Материалы 58-й Международной научной студенческой конференции, Новосибирск, 10–13 апреля 2020 года. – Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2020. – С. 45-46. – EDN RZYLBE.
10. Чигирева А.С. Взаимосвязь выраженности нарциссических черт личности и экзистенциальных данностей у лиц ранней и поздней взрослости / VII Фрейдовские чтения: симптомы XXI века : Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 22 апреля 2023 года // Санкт-Петербург: ЧОУВО «Восточно-европейский институт психоанализа», 2023. – 320 с. – ISBN 978-5-91681-055-4. – EDN LCVTYV.
11. Филатова, С. Н. Культура поведения и общения тольяттинской молодежи: социологический анализ / С. Н. Филатова // Технологизация социо-экономической сферы. – 2023. – Т. 1, № 1(1). – С. 21-22. – EDN ETKXCW.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 06.10.2025

Approved date: 20.10.2025

Accepted date: 29.12.2025

УДК 130.2:004.8

EDN: EWTSQS

ОТ ФИЛОСОФСКОЙ КОНЦЕПЦИИ К ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ: КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ СОБЫТИЙ В СФЕРЕ ИИ (ДЕКАБРЬ 2024 – ФЕВРАЛЬ 2025) КАК ЭМПИРИЧЕСКИЙ ИНДИКАТОР ЭСКАЛАЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ СИНГУЛЯРНОСТИ

НИКАНОВА Анна Анатольевна, аспирант
Поволжский государственный университет сервиса
445017, Россия, Тольятти, nikanova_a@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена беспрецедентным ускорением событий в сфере искусственного интеллекта (ИИ), наблюдавшимся в конце 2024 – начале 2025 года, когда технологическая сингулярность из теоретической гипотезы начала превращаться в фактор реальной политики и культурной динамики. Цель статьи состоит в качественном анализе и систематизации ключевых событий декабря 2024 – февраля 2025 года для эмпирической проверки гипотезы о переходе к фазе практической эскалации сингулярности, управляемой конкуренцией государств и корпораций. Методологическую основу исследования составляет системный подход, сочетающий качественный контент-анализ официальных документов, публичных заявлений и медийных материалов с методом анализа событий, при котором кластер краткосрочных эпизодов рассматривается как единый эмпирический кейс. В результате выделены четыре группы маркеров: геополитизация ИИ, эрозия корпоративной этики, технологическая эскалация (включая массовое физическое воплощение ИИ в робототехнике) и институциональная рефлексия религиозных и общественных акторов. Научная новизна работы заключается в трактовке временно уплотнённого кластера событий как индикатора фазового перехода к сингулярности, что позволяет зафиксировать перенос рисков ИИ из сферы футурологических сценариев в структуру реальной политики, корпоративной стратегии и культурной символики.

Ключевые слова: технологическая сингулярность, искусственный интеллект, геополитика ИИ, анализ событий, качественный контент-анализ, экзистенциальный риск, корпоративная этика, гонка вооружений ИИ, институциональная реакция.

© Никанова А.А., 2025

FROM PHILOSOPHICAL CONCEPT TO GEOPOLITICAL REALITY – A QUALITATIVE ANALYSIS OF AI-RELATED EVENTS (DECEMBER 2024 – FEBRUARY 2025) AS AN EMPIRICAL INDICATOR OF THE ESCALATION OF TECHNOLOGICAL SINGULARITY

NIKANOVA Anna Anatolyevna, Postgraduate Student
Volga State University of Service
445017, Russia, Togliatti, nikanova_a@mail.ru

Abstract. The relevance of the study is determined by the unprecedented acceleration of events in the field of artificial intelligence (AI) observed in late 2024 and early 2025, when technological singularity began to move from a theoretical hypothesis to a factor of real-world politics and cultural dynamics. The purpose of the article is to conduct a qualitative analysis and systematization of key events of December 2024 – February 2025 in order to empirically test the hypothesis of a transition to a phase of practical escalation of singularity driven by competition between states and corporations. Methodologically, the study is grounded in a systemic approach that combines qualitative content analysis of official documents, public statements and media materials with event analysis, in which a cluster of short-term episodes is treated as a single empirical case. As a result, four groups of markers are identified – the geopoliticization of AI, the erosion of corporate ethics, technological escalation (including the mass physical embodiment of AI in robotics), and institutional reflection on the part of religious and public actors. The scientific novelty of the article lies in interpreting a temporally compressed cluster of events as an indicator of a phase transition toward singularity, which makes it possible to capture the transfer of AI-related risks from the domain of futurist scenarios into the structure of real politics, corporate strategy and cultural symbolism.

Keywords: technological singularity, artificial intelligence, AI geopolitics, event analysis, qualitative content analysis, existential risk, corporate ethics, AI arms race, institutional response.

© Nikanova A.A., 2025

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития искусственного интеллекта характеризуется быстрым ростом вычислительных мощностей и совершенствованием алгоритмов, резким сокращением временного горизонта прогнозов относительно технологической сингулярности. Если в ранних работах Р. Курцвейла сингулярность увязывалась с серединой XXI века, то в более поздних публикациях предполагаемый рубеж переносится на конец 2020-х годов, а слияние человеческого и машинного интеллекта рассматривается как достижимое в пределах жизни сегодняшнего поколения [3; 12]. Это сокращение сроков превращается в самостоятельный социальный фактор.

Под технологической сингулярностью в данном исследовании понимается качественный перелом в развитии техносциальной системы, связанный с появлением искусственного интеллекта, превосходящего человеческий разум и способного к самосовершенствованию, что делает дальнейшую траекторию изменений принципиально непредсказуемой. Мы используем именно это понятие, поскольку оно позволяет интерпретировать наблюдаемый сдвиг не как очередную технологическую

волну, а как фазовый переход, затрагивающий одновременно политические, корпоративные и культурно-ценностные структуры и меняющий статус ИИ с «технологии будущего» на фактор реальной геополитической и институциональной динамики.

Постепенно меняется и сама оптика обсуждения. В классических работах писателя-фантаста и математика В. Винджа, а также математика и криптографа И. Дж. Гуда и других исследователей сингулярность описывалась как возможный будущий момент «взрыва интеллекта», когда сверхразумная система начнёт создавать всё более совершенных наследников и человеческая цивилизация столкнётся с радикальной непредсказуемостью последствий [2; 10; 15]. Позднее Н. Бостром и М. Тегмарк предложили рассматривать сильный ИИ как источник экзистенциального риска для человечества, акцентируя внимание на сценариях потери контроля и необратимого изменения условий человеческого существования [1; 4].

Критическую линию дискуссии усилили работы Б. Джоя и более ранние предупреждения Дж. Вейценбаума. Б. Джой подчёркивал, что сочетание колоссальных эконо-

номических стимулов и глобальной конкуренции будет подталкивать разработчиков к игнорированию даже очевидных рисков, а технологии, сравнимые по опасности с оружием массового уничтожения, могут выйти из-под эффективного контроля [11]. Дж. Вейценбаум ещё до появления современных нейросетей обращал внимание на угрозу постепенного смещения баланса в пользу машин и ослабления автономии человека [5].

При всей разработанности теоретического поля долгое время сохранялся разрыв между сценариями возможной сингулярности и эмпирической динамикой. Проблема заключалась в том, что академические циклы осмысления не успевали за скоростью технологических изменений, а отдельные события – политические заявления, корпоративные решения, технологические релизы – фиксировались как разрозненные информационные поводы. В этих условиях возникала методологическая задача создания инструментария, который позволил бы рассматривать совокупность краткосрочных событий как эмпирический показатель фазового перехода.

Особые возможности для решения этой задачи создаёт кластер событий зимы 2024–2025 годов. В течение примерно семидесяти дней произошла серия шагов, затронувших геополитическое позиционирование стран в сфере ИИ, корпоративные принципы, технологический ландшафт и реакцию традиционных социальных институтов. Высокая плотность и взаимосвязанность этих событий позволяют трактовать их не как случайную последовательность, а как проявление перехода сингулярности из преимущественно философской концепции в положение практической геополитической и корпоративной реальности. Именно этот кластер рассматривается в статье как эмпирический кейс начавшейся эскалации.

В таком ракурсе кластер зимних событий оказывается значимым как для политической теории и философии техники, так и для истории культуры. Он фиксирует момент, когда меняется сам культурный образ искусственного интеллекта: от фигуры абстрактной «будущей угрозы» или безусловного технологического прогресса к сложной символической конструкции, соединяющей мотивы спасения, контроля, утраты автономии и возможного конца привычной цивилизации. Сдвиг в риторике государств, корпораций и религиозных институтов можно интерпретировать как фазу переломной культурной реинтерпретации ИИ, в которой переосмысляются представления о человеческом, о допустимых границах техник и о воображаемом будущем.

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель исследования состоит в выявлении маркеров этого перехода и соотнесении их с существующими теоретическими моделями технологической сингулярности.

Научная новизна работы заключается в том, что кластер краткосрочных событий зимы 2024–2025 годов интерпретируется как эмпирический индикатор фазового перехода к сингулярности. В отличие от преобладающих футурологических сценариев и философско-теоретических моделей, в статье используется системный анализ конкретных геополитических, корпоративных, технологических и институциональных решений, что позволяет зафиксировать перенос дискуссии о сингулярности в плоскость практической геополитической и культурной реальности.

Методологическая база исследования представляет собой сочетание системного подхода, качественного контент-анализа и метода анализа событий. Контент-анализ применён к официальным заявлениям политических лидеров, документам международных организаций, корпоративным публикациям, материалам ведущих медиа, а также к позициям религиозных институтов, отражающим их отношение к искусственному интеллекту [6–8; 13; 14; 16–18]. Такой подход позволяет выявить ключевые смысловые акценты, зафиксировать изменения в риторике и оценить, каким образом акторы интерпретируют происходящее ускорение.

В логике системного подхода анализ событий ориентирован не на отдельные эпизоды, а на их кластеры как элементы единой техносоциальной системы. Для каждого события выделяются дата, инициатор, домен (геополитический, корпоративный, технологический, институциональный) и интерпретация. Далее события помещаются в общую временную матрицу, в которой учитываются их последовательность и предполагаемые причинно-следственные связи. Это позволяет проследить, как технологический прорыв провоцирует пересмотр корпоративной политики, как корпоративные решения усиливают геополитическое соперничество и как на эту динамику реагируют традиционные социальные институты.

Отдельным принципом выступает требование верифицируемости. Матрица событий строится таким образом, чтобы другой исследователь мог воспроизвести её на основе открытых источников и получить сопоставимые результаты. В отличие от сценарного моделирования будущего, данный подход опирается на конкретные даты, цитируемые документы и фактические шаги акторов, что снижает риск произвольных интерпретаций.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Анализ кластера зимы 2024–2025 годов позволил выделить четыре группы эмпирических маркеров, которые в своей совокупности демонстрируют переход дискуссии о сингулярности в плоскость практических решений.

Первым маркером стало усиление геополитизации искусственного интеллекта. Заявление о запуске международного Альянса БРИКС по развитию ИИ, сделанное Президентом Российской Федерации в декабре 2024 года, сигнализировало о формировании альтернативного не-западного центра, в рамках которого ИИ рассматривается как ресурс суверенного развития и инструмент укрепления многополярного миропорядка [6]. Искусственный интеллект в таком контексте перестаёт быть лишь технологией общего назначения и приобретает статус политического символа субъектности. Уже в начале 2025 года инициативы, ориентированные на этическое и инклюзивное регулирование ИИ, обсуждаемые на международных саммитах, столкнулись с расхождением позиций, когда отдельные государства отказались подписывать документы, расценивая предлагаемые ограничения как препятствие в гонке за лидерство. В результате вырисовывается конфигурация, в которой несколько блоков конкурируют не только за рынки и технологии, но и за право задавать нормы глобального управления ИИ.

Вторым маркером стала эрозия корпоративной этики в области искусственного интеллекта. На рубеже января-февраля 2025 года одна из ведущих мировых технологических корпораций Google (материнская компания Alphabet) обновила принципы ответственного использования ИИ, отказавшись от прямых запретов на разработку и применение технологий в военной сфере и системах массового наблюдения, которые были декларированы в 2018 году [8; 14; 16; 17]. Если первоначально принципы содержали чёткие формулировки о недопустимости работы над оружием и решениями, нарушающими права человека, то обновлённый вариант сместил акцент в сторону содействия национальной безопасности и соблюдения международного права без конкретизации сфер применения. В логике анализа Б. Джоя подобный шаг может рассматриваться как практическое воплощение предсказанного им механизма, согласно которому глобальная конкуренция и финансовые стимулы со временем размывают даже добровольно принятые этические ограничения [11].

Третьим маркером стала технологическая эскалация, включающая как цифровой, так и физический уровни. В январе 2025 года компания DeepSeek объявила о релизе модели R1, показавшей на ряде бенчмарков результаты, сопоставимые с ведущими западными системами, при этом распространяемой в открытом формате [9]. Появление столь мощной модели с открытым кодом

продемонстрировало, что технологический паритет в ИИ больше не является исключительной прерогативой узкой группы корпораций и государств. Доступ к продвинутой архитектуре получают новые акторы, что усиливает общую плотность конкуренции. На этом фоне сообщения о заключении крупного контракта на поставку сотен тысяч человекоподобных роботов для промышленного использования показали, что ИИ выходит за рамки программных решений и воплощается в материальных платформах, способных трансформировать рынки труда и экономические структуры. Тем самым актуализируются давние дискуссии о «расе роботов», в которых В. Виндж и другие авторы рассматривали возможность доминирования автономных машин в смешанной человеко-машинной цивилизации [2; 15].

Четвёртым маркером стала институциональная рефлексия традиционных социальных акторов. В январе 2025 года Ватикан опубликовал документ, посвящённый потенциалу и рискам ИИ, в котором подчёркивается необходимость строгого регулирования использования искусственного интеллекта в военных целях и в сфере манипуляции сознанием, а также говорится об угрозе дегуманизации при замене человеческих решений алгоритмическими [13; 18]. Практически синхронно глава Русской православной церкви призвал к жёсткому контролю государства и общества над развитием ИИ, описав его как опасность, способную привести к разрушению цивилизации [7]. Совпадение во времени и близость риторики представителей различных религиозных традиций свидетельствуют о том, что искусственный интеллект перестаёт восприниматься как узкотехнический или экономический феномен и начинает осмысляться как экзистенциальный вызов, затрагивающий основы человеческой идентичности и духовной жизни.

Совокупный анализ четырёх маркеров показал, что события зимы 2024–2025 годов образуют взаимосвязанную цепь. Геополитические инициативы по созданию альтернативных центров развития ИИ стимулируют технологическую гонку, технологические прорывы усиливают давление на корпорации и подталкивают их к пересмотру этических ограничений, а накопленный эффект этих решений вызывает обеспокоенность традиционных социальных институтов, которые фиксируют переход от технической проблемы к цивилизационному вопросу. Такой характер взаимосвязей позволяет рассматривать описанный кластер как проявление ранней стадии фазового перехода, а не как простой набор несвязанных эпизодов.

Полученные результаты позволяют соотнести наблюдаемый кластер событий с ключевыми теоретическими подходами к проблеме технологической сингулярности. С практической точки зрения особенно наглядным выглядит сопоставление эмпирических фактов с идеями Б. Джоя, сформулированными более двух десятилетий назад [11]. Его предположение о том, что глобальная конкуренция приведёт к демонтажу добровольных ограничений в сфере опасных технологий, получает подтверждение в решении крупной корпорации пересмотреть собственные принципы и снять жёсткие запреты на военное использование ИИ [8; 14; 16; 17]. Здесь наблюдается переход от абстрактного сценария к конкретному примеру, когда давление рынка и государств делает невозможным сохранение прежнего уровня самоограничения.

Не менее значимым оказывается сопоставление событий зимы 2024–2025 годов с концепциями Н. Бострома и М. Тегмарка, рассматривающих сильный ИИ как потенциальный экзистенциальный риск [1; 4]. Пока подобные оценки существовали преимущественно внутри академического дискурса, их можно было воспринимать как теоретические предупреждения. Однако включение в обсуждение религиозных институтов, традиционно отвечающих за формирование ценностных ориентиров, показывает, что проблема осознаётся как угроза не толь-

ко технического и экономического, но и антропологического порядка [7; 13; 18]. Тем самым эмпирически подтверждается тезис о переходе рисков, связанных с ИИ, в категорию экзистенциальных.

Актуализация идей И. Дж. Гуда и В. Винджа проявляется через наблюдаемую цепь эскалации [2; 10; 15]. В классических формулировках интеллектуальный «взрыв» описывался как гипотетический момент, когда сверхразумная система начнёт самосовершенствование, выводя ход истории из-под человеческого контроля. Эмпирический материал работы позволяет предложить более процессуальную трактовку, в которой сингулярность понимается не как мгновенная точка, а как последовательность взаимосвязанных решений государств, корпораций и институтов. Каждое из этих решений расширяет сферу применения ИИ и уменьшает пространство для возврата к более консервативной траектории развития.

С этой точки зрения уплотнение временного горизонта прогнозов, наблюдаемое у Р. Курцвейла [3; 12], может рассматриваться как следствие технологических трендов и как фактор, влияющий на поведение акторов. Ожидание близости «переломного момента» стимулирует ускорение разработок и усиливает готовность идти на риск ради завоевания лидерства. В результате запускается самоподдерживающаяся динамика: вера в приближение сингулярности становится одной из причин практической эскалации.

С культурологической позиции описанная динамика продолжает длинную историю техноутопических и технопессимистских нарративов, но одновременно радикально переконфигурирует их. Геополитические акторы транслируют образ ИИ как символа суверенности и могущества, корпорации используют язык инноваций и национальной безопасности, религиозные лидеры говорят о защите человеческого достоинства и угрозе разрушения цивилизации. Столкновение этих дискурсов формирует новый культурный код отношения к искусственному интеллекту, в котором техника перестаёт быть нейтральным инструментом и превращается в центр споров о том, что считать нормой человеческого опыта, где проходит граница допустимого вмешательства в жизнь и какая версия будущего получает право на легитимность.

Таким образом, анализ кластера зимы 2024–2025 годов позволяет сделать шаг от теоретических сценариев к эмпирическому наблюдению ранней фазы процесса, который в литературе описывается как сингулярность. Это меняет акценты в научной и общественной дискуссии. Вместо вопроса о том, наступит ли когда-либо технологическая сингулярность, на первый план выходят вопросы о том, какие именно решения уже приняты, какие институциональные механизмы контроля формируются и кто в действительности управляет траекторией эскалации.

ВЫВОДЫ

Проведённый качественный контент-анализ и анализ событий декабря 2024 – февраля 2025 года позволяют сделать вывод о том, что в указанный период произошёл качественный сдвиг в характере дискурса об искусственном интеллекте и технологической сингулярности. Последняя перестала быть исключительно предметом футурологических споров и теоретических моделей и начала проявляться в виде конкретных геополитических инициатив, корпоративных стратегий и институциональных реакций.

Выделенные в работе маркеры – геополитизация ИИ, эрозия корпоративных ограничений, технологическая эскалация и усиление внимания со стороны религиозных институтов – в своей совокупности свидетельствуют о начале фазы практической эскалации. Ключевым механизмом этой эскалации выступает конкурентное давление, проявляющееся как в соперничестве государств за технологический суверенитет, так и в борьбе корпораций за рынки и доступ к государственным заказам. Именно конкуренция превращает отдельные решения – создание международных альянсов, пересмотр

принципов ответственного ИИ, запуск крупных робототехнических проектов – в элементы единого процесса, ориентированного на наращивание возможностей искусственного интеллекта.

Предложенный подход к анализу событий на основе временной матрицы, включающей типы акторов и domains, показал свою пригодность для мониторинга сверхбыстрых социальных процессов. Он может быть использован для последующего наблюдения за динамикой эскалации в сфере ИИ, а также адаптирован к анализу других технологических областей, где скорость изменений сопоставима с динамикой искусственного интеллекта.

Перспективными направлениями дальнейших исследований являются углублённый экономический анализ последствий массового внедрения человекоподобных роботов для рынков труда, детальное изучение стратегий стран, не входящих в ядро геополитического соперничества, а также эмпирическое сравнение различных временных кластеров событий, позволяющее выявить ускорение или замедление эскалации. Дополнительное внимание может быть уделено разработке индикаторов, фиксирующих изменение интенсивности событий и степени вовлечения новых акторов, что позволит приблизиться к количественной оценке параметров сингулярности.

Для теории и истории культуры представленный кейс важен тем, что позволяет зафиксировать институциональные и технологические изменения совместно с моментом переломной семантизации искусственного интеллекта. Кластер зимы 2024-2025 годов показывает, как за очень короткий период происходит перенастройка культурных представлений о человеке, технике и будущем: ИИ одновременно осмысливается как ресурс, угроза и «испытание» для сложившихся ценностных систем. Поэтому описанная эскалация может рассматриваться дуально: как политико-технологический фазовый переход и как фазовый переход в культурной истории образа искусственного интеллекта, открывающий новое поле для последующих культурологических и историко-культурных исследований.

В этом смысле сингулярность предстает не только как гипотетическое будущее состояние, но и как процесс, уже начавший разворачиваться в политике, экономике и институциональной рефлексии. Осознание этого факта делает необходимым переход от преимущественно теоретических рассуждений к систематическому эмпирическому мониторингу и разработке механизмов управления рисками, что и задаёт повестку дальнейших исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бостром, Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии / Н. Бостром ; пер. с англ. С. Филина. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. 496 с.
2. Вейценбаум, Дж. Возможности вычислительных машин и человеческий разум / Дж. Вейценбаум. — М. : Радио и связь, 1982. 386 с.
3. Винджд, В. Грядущая технологическая сингулярность: как выжить в постбиологическую эпоху / В. Винджд ; пер. с англ. М. Левина, В. Гришечкина // Технологическая сингулярность. — М. : АСТ, 2019. 224 с.
4. Курцвейл, Р. Сингулярность ещё ближе / Р. Курцвейл ; пер. с англ. — М. : Эксмо, 2024. 832 с.
5. Патриарх Кирилл призвал к жёсткому контролю государства и общества над ИИ // ТАСС : [сайт]. 2025. URL: <https://tass.ru/obschestvo> (дата обращения: 24.11.2025).
6. Путин анонсировал старт работы Альянса БРИКС по развитию искусственного интеллекта // ТАСС : [сайт]. 2024. URL: <https://tass.ru/ekonomika> (дата обращения: 24.11.2025).
7. Тегмарк, М. Жизнь 3.0. Быть человеком в эпоху искусственного интеллекта / М. Тегмарк ; пер. с англ. Д. Баюка. — М. : АСТ : Corpus, 2019. 560 с.
8. Antiqua et nova. Note on the Relationship Between Artificial Intelligence and Human Intelligence // The Vatican : [сайт]. 2025. URL: https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_dcf_doc_20250128_antiqua-et-nova_en.html (дата обращения: 24.11.2025).
9. DeepSeek-R1 Release // DeepSeek API Docs : [сайт]. 2025. URL: <https://api-docs.deepseek.com/news/news250120> (дата обращения: 24.11.2025).
10. Good, I. J. Speculations Concerning the First Ultrainelligent Machine / I. J. Good // Advances in Computers. — 1965. Vol. 6. P. 31-88.
11. Google AI Principles // Google AI : [сайт]. 2018. URL: <https://ai.google/responsibility/principles/> (дата обращения: 24.11.2025).

12. Google owner drops promise not to use AI for weapons // The Guardian : [сайт]. 2025. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2025/feb/05/google-owner-drops-promise-not-to-use-ai-for-weapons> (дата обращения: 24.11.2025).

13. Google shifts AI policy, removes weapons and surveillance restrictions // Maginative : [сайт]. 2025. URL: <https://www.maginative.com/article/google-shifts-ai-policy-removes-weapons-and-surveillance-restrictions/> (дата обращения: 24.11.2025).

14. Joy, B. Why the future doesn't need us / B. Joy // Wired. — 2000. Vol. 8, № 4. P. 238-262.

15. Kurzweil, R. The Singularity Is Near: When Humans Transcend Biology / R. Kurzweil. — New York : Penguin Books, 2005. 672 p.

16. Responsible AI: Our 2024 report and ongoing work // Google Blog : [сайт]. 2025. URL: <https://blog.google/technology/ai/responsible-ai-2024-report-ongoing-work/> (дата обращения: 24.11.2025).

17. Vatican publishes document on risks of AI // InfoGovANZ : [сайт]. 2025. URL: <https://infogovanz.com/> (дата обращения: 24.11.2025).

18. Vinge, V. The Coming Technological Singularity: How to Survive in the Era of Cyberspace / V. Vinge // NASA. Lewis Research Center, Vision 21: Interdisciplinary Science and Engineering in the Era of Cyberspace CP-10129. — 1993. P. 11-22.

Received date: 24.09.2025

Approved date: 08.12.2025

Accepted date: 29.12.2025

УДК 7.017.4

EDN: EXXCWH

РОЛЬ ДИЗАЙНА И ДИЗАЙНЕРСКИХ РЕШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ И PR

ПРОКОФЬЕВА Екатерина Владимировна, студент
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
445017, Россия, Тольятти

АВЕРИН Олег Константинович, студент
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
445017, Россия, Тольятти, olegaverin146@mail.ru

Аннотация. В данной статье мы изучили влияние дизайна на современную рекламу и PR-деятельность, рассмотрели, как влияет реклама с использованием дизайна на прибыль компаний и каким образом это может повысить эффективность работы бизнеса. Был проведен анализ работ по психологии современного потребителя, благодаря чему были определены инструменты, связанные с работой профессиональных маркетологов. В ходе исследования было определено, что дизайн является неотъемлемой частью современной рекламы и PR благодаря использованию дизайнерами инструментов и технологий, повышающими рентабельность бизнеса.

Ключевые слова: PR и реклама, дизайн, маркетинг, эффективная реклама, имидж компании.

© Прокофьева Е.В., Аверин О.К., 2025

THE ROLE OF DESIGN AND DESIGN SOLUTIONS IN MODERN ADVERTISING AND PR

PROKOFIEVA Ekaterina Vladimirovna, student
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti

AVERIN Oleg Konstantinovich, student
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, olegaverin146@mail.ru

Abstract. In this article, we examined the influence of design on modern advertising and PR, considered how design-based advertising impacts company profits, and how it can improve business efficiency. An analysis of works on the psychology of the modern consumer was conducted, which resulted in the identification of tools related to the work of professional marketers. The study found that design is an integral part of modern advertising and PR, thanks to designers' use of tools and technologies that improve business profitability.

Keywords: PR and advertising, design, marketing, effective advertising, company image.

© Prokofieva E.V., Averin O.K., 2025

ВВЕДЕНИЕ

Современная жизнь людей неотъемлемо связана с избыточным потреблением. Человек не задумываясь тратит свои средства на покупку современных гаджетов, усовершенствованных моделей машин, модной одежды, исходя не из их надобности, а из понравившегося им внешнего вида или благодаря эффективной рекламе. Приобретая все вышеперечисленное, покупатель испытывает чувство удовлетворения, повышает собственную значимость в своих глазах, а также в глазах окружающих, что говорит о статусности приобретения таких благ. Исходя из этого, видно тенденцию на удовлетворения человеком уже не только своих потребностей, но и своих желаний. Важную роль в этом играет реклама и ее воздействие на потребителя. Чтобы рекламная компания была успешной, не стоит забывать про визуальную составляющую и дизайн. Например, В.А. Краснощеков в своей статье «Рекламный дизайн в обществе» отмечает, что профессионально продуманный дизайн влияет на продажи компании, приводя в пример популярные в наше время бренды, такие как Apple, Facebook и др. [1].

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель исследования – рассмотреть, какую роль играет дизайн в рекламе и PR, с помощью каких инструментов дизайн влияет на эффективность рекламных компаний и какое воздействие оказывает на современного потребителя.

В ходе написания статьи авторы используют междисциплинарный подход, опирающийся на культурологический и социологический анализ.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Среднестатистический современный потребитель сильно изменился в сравнение с потребителями прошлых лет. В нынешнее время человек не испытывает резкой необходимости в удовлетворении своих базовых потребностей, по причине доступности современных благ и повседневных нужд. Общество давно ушло от первобытных условий жизни. На современном эконо-

мическом рынке представлено многообразие товаров и услуг, что приводит к росту запросов потребителя. Мотивация к приобретению благ давно ушла от удовлетворения базовых потребностей, из чего можно сделать вывод, что она трансформировалась в удовлетворение своих желаний. Человек не берет самую доступную продукцию на рынке, сегодня он может выбирать. В первую очередь потребитель обращает внимание на дизайн продукта, на его визуальное воплощение или интересуется услугами, исходя из того, подходят ли ему условия и качество исполнения.

Другой значимой особенностью выбора является элемент статусности, показателем которого становится товар. Это явление известно нам еще с давних времен. Высшие слои населения России, например, владели лучшими благами общества, что и отличало их от низших слоев, таких как крестьяне и холопы. Можно было различить визуально, к какому слою относился тот или иной человек, что свидетельствовало о том, что внешний вид указывал на статус. Современный мир ушел от такого несправедливого разделения и лишился составляющей в виде сословности, но не утратил способности человека указать на свой статус и возвысить себя в социуме благодаря внешнему виду и визуальной составляющей своего образа. Маркетологи и работники PR удачно используют это желание людей, формируя статусность вещи, которая может не сильно отличаться от товара конкурентов, но при этом несет в себе элементы, указывающие на элитарность. Данный эффект достигается, в частности, благодаря дизайну как в рекламных видеороликах, так и в самом внешнем виде продукции.

Жизнь человека протекает во времена рассвета культуры потребления. Это явление сформировалось в западных странах XX века в период промышленной революции. Его суть заключается в уходе от удовлетворения базовых потребностей человека к удовлетворению своих желаний и самовыражению через объекты потребления.

Предпосылки к формированию данного культа можно отследить в технологическом прогрессе и переходе к глобализации. Возможность доставить любой товар в считанные дни привела к быстрому насыщению рынка различными видами товаров, что значительно повысило конкуренцию среди производителей. Также пропорционально вырос спрос среди потребителей. В частности, развитию помогли мода и ее течения, и реклама. СМИ и работники PR создавали в умах людей образ “идеальной” жизни, которую человек может достичь только благодаря приобретению определенных благ, в том числе формировали мысль, что каждый должен стремиться соответствовать этому образу.

Стоит отметить, что немаловажную роль в маркетинге имеет визуальная составляющая и цветовое решение продукта. К. Вайнбергер, Л. Кэмпбелл и Б. Броуди в 1994 году создали систему разделения продукции по цвету – Product Color Matrix (Матрица цветов продукта) [2].

Есть 4 категории: «Белые товары» - автомобили, компьютеры, холодильники, телевизоры, дома. Такие товары обычно требовали больших затрат, но были в большей мере связаны с потребностями человека. «Красные товары» - спортивные автомобили, модная одежда, украшения и аксессуары. Стоит дорого, но влияет на статус и самооценку. «Голубые товары» недорогие, включают в себя различные чистящие средства, бензин, продукты без перекусов. «Желтые товары» - закуски, спиртные напитки, сигареты и т.д. Есть и многие другие личные факторы предпочтений человека, влияющие на покупку тех или иных товаров, но все же отмечается системность выбора: 85% принимают решение на основании одного только цвета, а более 90% делают свой выбор в пользу эстетичного дизайна логотипа, сайта, рекламного объявления. Так же около 80% обращают внимание на узнаваемость бренда [3].

Стоит рассмотреть, как дизайн влияет на успешность компаний. Как именно дизайнерские решения в корне меняют ситуацию на рынках различных товаров и как повышают эффективность работы или эксплуатации потребителем продукта.

В 2019 году компания InVision опубликовали исследование, в котором принимали участие различные международные компании. Было опрошено 2200 компаний в 24 отраслях и из 77 стран, в том числе из России. Опрос был направлен на определения важности дизайна в брендинге. Три четверти компаний отметили, что дизайн повысил качество изготавливаемой продукции. Около 81% компаний указали, что дизайн помог повысить удобство во время эксплуатации товаров. 71% опрошенных заметили, что дизайнерские решения и оформления повысили удовлетворенность клиентов. Важным показателем стало то, что 42% опрошенных компаний отметили увеличение прибыли за счет вложений в дизайн, а 35% заметили, что увеличили конверсию. И наконец, 30% указали на то, что смогли добиться снижения издержек [4] (рисунок 1).



Рисунок 1. Результаты опроса международных компаний [4]

Проанализировав исследования компании InVision, можно сделать вывод, что дизайн значительно помогает бизнесу, увеличивая интерес и лояльность потребителя

к бренду, что в свою очередь увеличивает доход и снижает издержки компании.

Также в пример удачного использования дизайна для повышения продаж можно привести компанию Apple. Смартфоны именно этой марки востребованы на международном рынке, в том числе и на российском. Они имеют неповторимый и лаконичный дизайн, узнаваемый логотип, который присутствует почти на каждом продукте компании и является обязательным атрибутом дизайна произведенного ими телефона, благодаря чему имидж компании прочно закрепился в сознании потребителя как премиальный и статусный [5].

Грамотно построенная рекламная кампания продвижения бренда Apple находит свое отражение в цифрах. Приведем статистику розничной продажи в денежном выражении смартфонов на российском рынке за 2023 год по данным исследовательских компаний (таблица 1) [6].

Таблица 1. Статистика розничной продажи смартфонов на российском рынке за 2023 г. [6]

Бренд смартфонов	Соотношение в процентах от всех продаваемых моделей
Apple	33 %
Xiaomi	20 %
Samsung	17 %
TECNO	7 %
Realme	6 %

Как видно из таблицы 1, компания Apple имеет доминирующую позицию на рынке смартфонов в России в денежном выражении – 33% от всех продаваемых моделей. Их продукту присущ профессионально выполненный дизайн, что и позволяет данной компании долгие годы уверенно держаться на рынке.

Также хорошим примером успешного использования дизайна для поддержания и развития бренда стал российский магазин одежды LIME. Бренд был создан в городе Самара благодаря предпринимателю Дмитрию Хохлову. Изначально это было небольшое предприятие на базе бывшей швейной фабрики, число сотрудников составляло пару десятков человек. Бренд выпускал свои модели и постепенно набирал аудиторию. В 2014-2017 годах на предприятии была внедрена концепция «fast fashion», которая заключалась в разделении подходов к дизайну выпускаемых моделей на два ответвления и выпуске новых коллекций каждую неделю. Одна группа дизайнеров анализировала новинки высокой моды, а другая новинки «уличных трендов». Благодаря этому решению, компания предлагает различные варианты дизайна своего продукта, который подходит нескольким целевым аудиториям сразу. За счёт этого бренд стал быстро набирать популярность и закрепился не только на российском рынке, но и на зарубежном. На данный момент LIME является одним из успешнейших примером российского бренда одежды и аксессуаров. Вследствие введения санкций и изменения потребительских привычек [7] компания смогла занять нишу ушедших брендов и благополучно их заменить благодаря дизайнерским решениям и грамотному пиару.

ВЫВОДЫ

В заключении можно сделать вывод, что дизайн является неотъемлемой частью современной рекламы и PR. Те технологии и инструменты, которые используют дизайнеры в продвижении товаров, показывают высокую эффективность, о чем свидетельствуют данные рынка. Многие компании все чаще прибегают к услугам различных PR-компаний и рекламных агентств, чтобы повысить рентабельность своего бизнеса или успешно закрепится на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Краснощекоев, В. А. Рекламный дизайн и его роль в обществе потребления / В. А. Краснощекоев // Социальные новации и социальные

науки. – 2022. – № 3(8). – С. 74-85. – DOI 10.31249/snsn/2022.03.04. – EDN IXVRXT.

2. Weinberger, Marc G.; Campbell, Leland and Beth Brody «Effective Radio advertising». New York, Lexington Books, 1994.

3. Patel N. Color Psychology: Meanings & How it Affects You [Infographic] / neilpatel.com [caim] / URL: <https://neilpatel.com/blog/color-psychology/>

4. Buley, L. and others. The New Design Frontier. The widest-ranging report to date examining design's impact on business. New York. 2020. URL: <https://www.invisionapp.com/>

5. Кублин, И. М. Дизайн как стратегический маркетинговый актив развития бизнеса / И. М. Кублин, А. А. Манаев, Б. А. Деленьян // Практический маркетинг. – 2021. – № 10(296). – С. 31-36. – DOI 10.24412/2071-3762-2021-10296-31-36. – EDN PWIINV.

6. Денежный приток: iPhone лидирует по продажам в рублях в РФ / В. Кодачигов / Редакция ООО «МИЦ «Известия» [сайт], 2023. URL: <https://iz.ru/1600065/valerii-kodachigov/denezhnyi-pritok-iphone-lidruet-po-prodazham-v-rubliakh-v-rf/>

7. Жуланова, М. А. Развитие российского модного рынка в условиях экономических санкций / М. А. Жуланова, К. А. Талевнина, А. В. Ирицян // Технологизация социо-экономической сферы. – 2025. Т. 3, № 2(7). С. 8-9. – EDN SEHEWE.

8. Курушин В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике – М: Издательство «ДМК Пресс», 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:585459&theme=system>

9. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М: Издательство «ДМК Пресс», 2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592197&theme=system>

10. Орлова, А. Д., Овчинникова А. С., Краснощеков В. А. Цвет в айдентике маркетинговых / А. Д. Орлова, А. С. Овчинникова, В. А. Краснощеков // Технологизация социо-экономической сферы. – 2025. Т. 3, № 2(7). – С. 13-15. – EDN TGGTGZ.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 24.10.2025

Approved date: 07.11.2025

Accepted date: 29.12.2025

УДК 728.51
EDN: EYTQVM

КАПСУЛЬНЫЕ ОТЕЛИ КАК ЭЛЕМЕНТ ГОСТИНИЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

ШАЦИЛЛО Софья Евгеньевна, студент
Поволжский государственный университет сервиса
445017, Россия, Тольятти, nakirirktm@mail.ru

СИРОТИНА Анастасия Витальевна, ассистент Высшей школы туризма и социальных технологий
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
445017, Россия, Тольятти, nitoris1002@gmail.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию капсульных отелей как элемента гостиничной инфраструктуры. В статье рассматриваются основные характеристики капсульных отелей, а также перспективы внедрения капсульных отелей как инновационного и экономического формата размещения в гостиничную инфраструктуру Самарской области. Проведен анализ современного состояния гостиничного рынка региона на фоне растущего туристического потока и изменения потребительских предпочтений, выявлены основные группы клиентов, заинтересованные в краткосрочном и доступном проживании. Описаны особенности капсульных отелей, их преимущества, включая компактность, стандартизированность и экономическую эффективность, а также ограничения, связанные с малым пространством в гостиничных номерах. На примере капсульного отеля RecoRoom Sonnic показана практическая реализация капсульных отелей. Сделан вывод о значительном потенциале и высокой инвестиционной привлекательности и перспективности развития капсульных отелей в Самарской области для совершенствования и модернизации гостиничной инфраструктуры региона, что способствует расширению спектра гостиничных услуг, повышению доступности размещения и развитию туристической инфраструктуры. Выявлены преимущества и недостатки капсульных отелей.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, гостиничный бизнес, гостиничный рынок, инновационные форматы размещения, инфраструктура, капсула, капсульный отель, краткосрочное размещение, туризм, экономичность.

© Шацилло С.Е., Сиротина А.В., 2025

CAPSULE HOTELS AS AN ELEMENT OF THE HOTEL INFRASTRUCTURE OF THE SAMARA REGION

SHATSILLO Sofya Yevgenyevna, student
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, nakirirktm@mail.ru

SIROTINA Anastasia Vitalievna, assistant at the Higher School of Tourism and Social Technologies
Volga Region State University of Service
445017, Russia, Togliatti, nitoris1002@gmail.ru

Abstract. The article is devoted to the study of capsule hotels as an element of hotel infrastructure. The article discusses the main characteristics of capsule hotels, as well as the prospects for the introduction of capsule hotels as an innovative and economical format of accommodation in the hotel infrastructure of the Samara region. The analysis of the current state of the hotel market in the region against the background of the growing tourist flow and changes in consumer preferences is carried out, the main groups of customers interested in short-term and affordable accommodation are identified. The features of capsule hotels, their advantages, including compactness, standardization and cost-effectiveness, as well as the limitations associated with small space in hotel rooms, are described. Using the example of the RecoRoom Sonnic capsule hotel, the practical implementation of capsule hotels is shown. The conclusion is made about the significant potential and high investment attractiveness and prospects for the development of capsule hotels in the Samara Region for improving and modernizing the hotel infrastructure of the region, which contributes to the expansion of the range of hotel services, increasing the availability of accommodation and the development of tourism infrastructure. The advantages and disadvantages of capsule hotels are revealed.

Keywords: hotel industry, hotel business, hotel market, innovative accommodation formats, infrastructure, capsule hotel, short-term accommodation, tourism, economy.

© Shatsillo S.Ye., Sirotina A.V., 2025

ВВЕДЕНИЕ

Современный гостиничный рынок характеризуется высокой конкуренцией и постоянным поиском новых форматов, способных удовлетворить разнообразные потребности клиентов. Гостиницы не всегда способны удовлетворить потребности туристов из-за своей дороговизны. В Самарской области, обладающей развивающейся туристической инфраструктурой и растущим туристским потоком, возникает необходимость изучения перспектив внедрения новых и современных типов размещения в гостиничную инфраструктуру. Капсульные отели, как инновационное и экономичное средство размещения, приобретают все большую популярность, что делает актуальным их внедрение в гостиничную инфраструктуру Самарской области.

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель данной статьи – определить значение и потенциал капсульных отелей для развития гостиничной инфраструктуры Самарской области.

Для достижения поставленной цели применяются методы, которые включают теоретический анализ и обобщение научной и практической литературы по теме капсульных отелей, нормативно-правовых актов, а также данных, предоставленных Федеральной службой государственной статистики, и других источников информации.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Средство размещения представляет собой «имущественный комплекс, включающий в себя здание или его часть здания, используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц». Жилые помещения не считаются средствами размещения [1].

Классические отели и гостиницы не всегда могут в полной мере удовлетворить запросы всех гостей и туристов. В частности, они оказываются неудобными для:

– Путешественников, отправляющихся в поездку в одиночку, поскольку одноместные номера зачастую

слишком дорогие или их не хватает;

– Транзитных туристов, которым требуется ночлег лишь на непродолжительное время и для которых стандартный уровень сервиса и комфорта в отелях может оказаться чрезмерным и отталкивающим;

– Местных жителей, задержавшихся на работе или мероприятии, которым далеко добираться домой и которым нуждаются в ночлеге [2].

Таким образом, существует разнообразная группа людей с разными потребностями в размещении, для которых краткосрочные и удобные решения для ночлега являются актуальными, что создает спрос на альтернативные варианты. Одним из таких вариантов является капсульный отель.

Значение и потенциал капсульных отелей в гостиничной инфраструктуре

Капсульный отель – это современный тип средства размещения, предлагающий своим гостям компактные, стандартизированные модули (капсулы), оборудованные всем необходимым для комфортного проживания. Этот вариант размещения схож с хостелом, но обеспечивает больше личного пространства и уединения. Каждая капсула оборудована всем необходимым для комфортного проживания: кровать, розетки и зарядные устройства. В капсуле или за пределами капсулы могут располагаться шкафчики для хранения вещей. Кроме того, в капсульных отелях часто предусмотрены общие зоны для отдыха, душевые и туалеты, а также дополнительные удобства, такие как зоны для работы, что делает пребывание максимально удобным и практичным [3].

Каждая капсула представляет собой небольшое пространство, обычно размером 1–2 метра в ширину и длину, что позволяет эффективно использовать площадь. Каждая ячейка оснащена всем необходимым для полноценного отдыха, включая оборудованное спальное место. Модули, как правило, оснащены спальным местом, розетками, портами для зарядки мобильных устройств, а в отдельных случаях и телевизорами. Важным элементом сервиса является предоставление бесплатного Wi-Fi, который присутствует во многих капсульных отелях. Некоторые капсулы могут иметь встроенные системы освещения и вентиляции. Капсулы часто имеют современный и стильный дизайн, что привлекает тех, кто ценит инновационные решения [4].

В капсульных отелях, как и в других видах гостиниц, действуют следующие виды бронирования: гарантированное – ожидание до следующего дня, плата за простой до суток, при опоздании свыше суток договор прекращается; негарантированное – ожидание до установленного часа в день заезда, затем договор расторгается [5].

Таким образом, капсульные отели представляют собой современное, удобное и экономичное решение для размещения. Они предлагают компактные и функциональные модули, обеспечивающие комфортное проживание по доступной цене. Капсульные отели становятся привлекательной альтернативой классическим гостиницам, что подтверждает их растущую популярность и актуальность на рынке гостиничных услуг.

Преимущества реализации бизнес-идеи по открытию капсульного отеля

Капсульные отели становятся все более востребованными и постепенно завоевывают свою нишу на рынке гостиничных услуг. Это явление обусловлено рядом факторов, включая инвестиционную привлекательность таких проектов.

Одним из ключевых преимуществ открытия капсульного отеля является высокая окупаемость. При минимальной загрузке, которая может быть достигнута даже в условиях низкого спроса, предприниматель может компенсировать все затраты всего за полгода. Это делает данную бизнес-модель особенно привлекательной для инвесторов. Кроме того, капсульные отели характеризуются низкими расходами на операционную деятельность. Капсулы не нуждаются в сложном обслуживании,

а их чистка и уход не требуют больших усилий и времени, что дополнительно снижает затраты [6].

Таким образом, капсульные отели представляют собой перспективное направление в гостиничном бизнесе, которое сочетает в себе экономическую эффективность и растущий спрос со стороны путешественников. Их уникальные особенности могут стать основой для успешного и прибыльного бизнеса.

Анализ рынка гостиничных услуг в Самарской области

Для детального анализа состояния и динамики развития рынка гостиничных услуг в Российской Федерации и отдельно по Самарской области рассмотрим показатели туристического потока, приведенные в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка туристского потока [7]

Показатель	2022 г.	2023 г.
По числу поездок	153 912 388	158 703 221
в т.ч. по Самарской обл.	1 599 350	2 039 895
По количеству ночевков	683 383 336	664 594 547
в т.ч. по Самарской обл.	7 385 450	8 471 227

Из приведенной таблицы видно, что по всей России число поездок за 2022 год составило 153 912 388, а за 2023 год – 158 703 221, что на 3,11 % больше, чем в предыдущем году. Особенно рост числа поездок наблюдается в Самарской области. В 2022 году число поездок составило 1 599 350, в 2023 году число поездок увеличилось на 27,55 %, и составило 2 039 895 поездок. Это говорит о значительном увеличении популярности региона среди туристов. Рост числа поездок в Самарской области значительно превышает показатели по стране.

По России наблюдается небольшое снижение общего количества ночевков. Снижение с 683 383 336 в 2022 году до 664 594 547 в 2023 году составляет 2,75 %. Это может указывать на изменение структуры туристских поездок. В Самарской области, напротив, количество ночевков увеличилось с 7 385 450 в 2022 году до 8 471 227 в 2023 году, что составляет около 14,7 %. Это соответствует увеличению количества туристических поездок и указывает на повышение привлекательности региона. Несмотря на сокращение ночевков по России, Самарская область демонстрирует устойчивое увеличение притока туристов.

Также наблюдается тенденция к более кратковременному туризму, среднее количество ночевков в одной поездке. По России среднее количество ночевков с 4,44 в 2022 году упало до 4,19 в 2023 году, а по Самарской области – с 4,62 в 2022 году до 4,15 в 2023 году. Самарская область является одним из ключевых экономических и культурных центров Приволжского федерального округа. Как показано в таблице 1, количество туристов в Самарской области растет. По числу поездок доля Самарской области в общем туристском потоке России выросла с примерно 1,04 % в 2022 году до 1,29 % в 2023 году. По количеству ночевков доля области выросла с примерно 1,08 % в 2022 году до 1,27 % в 2023 году.

Несмотря на общий спад ночевков в России, Самарская область показывает уверенные темпы роста как по числу поездок, так и по количеству ночевков, одновременно отмечая уменьшение средней продолжительности пребывания туристов. Регион становится всё более популярным местом отдыха, увеличивая свою долю в национальном туристическом обороте.

Текущая гостиничная инфраструктура региона представлена в основном традиционными отелями разного класса, хостелами и гостевыми домами. Однако в условиях растущей конкуренции и изменения потребительских предпочтений, о чем говорит уменьшение средней продолжительности пребывания туристов, возникает необходимость развития новых специализированных

форм размещения, таких как капсульные отели, способные предложить экономичное и удобное размещение.

Пример капсульного отеля в Самарской области, анализ деятельности

Примером капсульных отелей в Самарской области является отель RecoRoom Sonnic, расположенный в аэропорте Курумоч. Компания RecoRoom – это проект организаций AzbookaGroup, которая занимается внедрением IT-решений в области образования, и iDesk, которая занимается производством интерактивного оборудования. На момент написания статьи капсульные отели этой компании расположены в 8 городах России не только в аэропортах, но и в железнодорожных вокзалах. Открытие состоялось в октябре 2024 года, а согласно данным на конец отчетного периода (31 декабря 2024), выручка предприятия достигла уровня 186 тыс. рублей [8].

Проживание в капсульном отеле отличается низкой стоимостью, что делает его популярным. В RecoRoom Sonnic доступны как одноместные, так и двухместные капсулы, что позволяет выбрать подходящий вариант в зависимости от потребностей гостей. Процесс заселения упрощен благодаря автоматизированной системе, что позволяет избежать лишнего общения и сократить время ожидания. Каждая капсула имеет площадь от 3 до 4 кв. м и оборудована спальным местом, индивидуальным комплектом постельного белья, розетки, системой вентиляции и освещения, бесплатным Wi-Fi и местом для багажа [9].

Капсульный отель RecoRoom Sonnic предлагает удобное и доступное размещение для путешественников, выбирающих экономичный вариант проживания. Отель находится на территории аэропорта Курумоч, что делает его удобным для транзитных пассажиров, ожидающих своего рейса непосредственно в здании аэропорта, и людей, совершающих непродолжительные остановки во время бизнес-путешествий.

ВЫВОДЫ

Развитие капсульных отелей в Самарской области является перспективным направлением благодаря увеличению числа туристов, нуждающихся в краткосрочном и недорогом размещении. Капсульные отели отвечают спросу на экономичное и удобное размещение, особенно актуальное для транзитных туристов, одиночных путешественников и гостей, нуждающихся в кратковременном ночлеге. Их компактность и стандартизированность позволяют эффективно использовать ограниченные площади, что особенно важно в условиях размещения в ключевых транспортных узлах, таких как аэропорты и железнодорожные вокзалы.

Высокая инвестиционная привлекательность капсульных отелей объясняется незначительными эксплуатационными затратами и сравнительно быстрой окупаемостью проектов. Такая ситуация способствует развитию малого и среднего предпринимательства в гостиничной сфере региона, стимулирует внедрение инноваций и повышает уровень конкурентоспособности гостиничной инфраструктуры.

Как и в любом формате размещения, капсульные отели имеют свои положительные и отрицательные стороны. Среди основных плюсов проживания в капсулах можно выделить: доступные цены, возможность бронирования с почасовой оплатой, удобное расположение рядом с железнодорожными вокзалами и аэропортами, приватность и отсутствие посторонних [10].

Что касается недостатков, то можно выделить несколько моментов: ограниченное пространство, которое может вызывать дискомфорт, отсутствие индивидуальных санузлов и окон, низкий уровень шумоизоляции, характерный для бюджетных отелей [10].

Капсульные отели идеально подходят для краткосрочных поездок и для тех, кто ищет экономичный вариант размещения в удобном месте. Однако для длительного пребывания или для тех, кто ценит больше про-

странства и комфорт, традиционные гостиницы могут быть более подходящим выбором.

Капсульные отели представляют собой перспективный формат гостиничного предприятия. Их развитие позволит расширить спектр услуг, повысить доступность размещения и привлечь новую аудиторию туристов и деловых гостей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 30.11.2024 с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2025) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.
2. Шайхетдинова, Л. А. Капсульные отели как развивающийся элемент гостиничной инфраструктуры / Л. А. Шайхетдинова // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2021. – Т. 15, № 1. – С. 109-116. – EDN OXTQWV.
3. Что такое капсульный отель / Arbat House. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.arbat-house.com/articles/chto-takoe-kapsulnyy-otel/> (дата обращения: 20.05.2025).
4. Что такое капсульный отель: обзор 10 лучших / eSIM: карты с интернетом для путешествий и бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://yesim.tech/ru/blog/what-is-a-capsule-hotel-an-overview-of-the-10-best/> (дата обращения: 20.05.2025).
5. Постановление Правительства РФ от 27.12.2024 № 1951 «Об утверждении Положения о классификации средств размещения» // СПС КонсультантПлюс.
6. Литвяк, Н. С. Инновационные формы гостиничного бизнеса: капсульные отели / Н. С. Литвяк // Студенческое сообщество и современная наука : материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Елец, 08 апреля 2021 года. Том Выпуск 7. – Елец: Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2021. – С. 486-490. – EDN TNBRBP.
7. Туризм. Оценка туристского потока (с 2022 г.) / Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 30.05.2025).
8. Сводка ООО «Рекорум» / Rusprofile.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.rusprofile.ru/id/1246600049508> (дата обращения: 01.06.2025).
9. Капсульные пространства для сна и комфортной работы / RecoRoom. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rec-room.ru/> (дата обращения: 01.06.2025).
10. Капсульные гостиницы - что это такое, фото номеров-капсул в отеле / Horeca.Estate: Все о гостиничном и ресторанном бизнесе. [Электронный ресурс] URL: <https://horeca.estate/zhurnal/163-gostinichnyj-biznes/1886-kapsulnye-gostinitsy-chto-eto-takoe-foto-номеров-kapsul-v-otele> (дата обращения: 20.05.2025).
11. Никифоров, В. А. Создание кроссплатформенного мобильного приложения с целью популяризации внутреннего туризма в Российской Федерации и предоставления соответствующих услуг / В. А. Никифоров, О. П. Шепелева // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2024. – Т. 20, № 3(78). – С. 20-22. – EDN KJEDBN.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 20.06.2025

Approved date: 07.10.2025

Accepted date: 29.12.2025

ТРЕБОВАНИЯ (краткие) К ПУБЛИКАЦИЯМ В ЖУРНАЛЕ:

СТРУКТУРНЫЕ ПАРАМЕТРЫ:

Статьи должны иметь элементы, отвечающие следующим параметрам:

1. Метаданные статьи на русском и английском языках (научная специальность, УДК, EDN, название статьи, научные индикаторы автора, ФИО автора полностью, должность, организация, адрес организации, личная электронная почта, аннотация и ключевые слова, знак копирайта (авторского права)) – не проверяются на антиплагиат.

2. Тело статьи:**ВВЕДЕНИЕ**

– *Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами* (кратко описывается проблема исследования и значение ее решения)
– *Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.*

(указаны общие тенденции в том, что уже было опубликовано, указано на отдельную проблему или на перспективу развития по данной тематике)

– *Обосновывается актуальность исследования.*

(подтверждена актуальность исследования, указано практическое значение статьи и ее вклад в науку)

МЕТОДОЛОГИЯ

– *Формирование целей статьи.*

(указывается цель статьи)

– *Используемые методы, методики и технологии.*

(а) описание методов, которые вы применяли конкретно для статьи, если теоретическая статья, то выбрать один метод и описать его методологию, теорию, историю, конкретно какие принципы этого метода применяли к данному исследованию, б) описание этапов эксперимента, в) описание участников эксперимента (возраст, пол, вузы и какие площадки были охвачены)

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

– *Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.*

(а) раскрыто новшество статьи, описаны авторские наблюдения и результаты, б) представленные результаты соответствуют заявленным целям и задачам статьи, в) описана идея, концепция, методика, которая нашла применение (конкретика), г) представлены результаты в виде таблиц и рисунков - названия таблиц и рисунков отвечают содержанию таблиц и рисунков)

– *Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях.*

(а) сравнили различные методы, сравнили результаты исследования с аналогичными в других статьях, б) написали о различиях или сходстве (или и о различиях, и о сходстве), в) сделали разбор и разъяснение результатов, г) сделали обобщение и оценку результатов, сделали оценку достоверности полученных результатов, д) определили место полученных в ходе исследования результатов в структуре известных знаний)

ВЫВОДЫ

– *Выводы исследования.*

(подводится итог статьи, указываются результаты, к которым пришли в результате проведенного исследования)

– *Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении.*

(указываются направления, по которым необходимо провести дальнейшие исследования)

3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (не проверяется на антиплагиат).

(в списке литературы 10 источников за последние 5 лет (в 2025 году – это статьи 2020-2024 годов) и в списке литературы 10 иностранных источников)

Технические параметры:

Названия файла:

•Фамилия_направление_город (например: Иваненко_право_Киев, Романов_психология_Анадырь и т.д.)

Стандарты: шрифт Times New Roman, кегль – 10, междустрочечный интервал – 1, абзацный отступ – 0,5 см, все поля – 2 см, литература – В ПОРЯДКЕ ПОЯВЛЕНИЯ В ТЕКСТЕ (желательно не менее 20 наименований), редактор Word, тип файла – документ Word 97-2003 (обязательно).

Ключевые слова (три строчки) и аннотация (не менее 150-200 слов) на русском и английском.

Неразрывные пробелы между цифрами, инициалами и фамилией.

Не путать тире (–) и дефис (-).

Формулы оформляются через редактор формул «MathType» или «Microsoft Equation», размер символов - 10 (обязательно), длина формул не должна превышать 80 мм (обязательно), латинские символы набираются курсивом, греческие – прямым шрифтом, КИРИЛЛИЦА НЕ ДОПУСКАЕТСЯ).

Рисунки, выполненные векторной графикой, должны быть помещены одним объектом или сгруппированы. Сканированные рисунки исполнять с раздельной возможностью не менее 300 dpi.

Справочная информация:

1. Для определения УДК можно использовать следующие ссылки:

А) <http://teacode.com/online/udc/>

Б) <http://www.naukapro.ru/metod.htm>

2. Для перевода на английский или другие языки можно использовать следующие ссылки:

А) <http://translate.yandex.ru/> (переводит отчества и ученые степени)

Б) <http://translate.google.com/>

Статью обязательно дать на вычитку соответствующим филологам

3. Для проверки статьи на антиплагиат (проверка обязательна) ссылка:

А) <http://www.antiplagiat.ru/index.aspx> (результаты хранятся у автора и высылаются по запросу редколлегии)

ЕСЛИ ВОЗНИКАЮТ ВОПРОСЫ: СМОТРИТЕ ОБРАЗЕЦ!

Материалы подаются в редакцию:

до 1 марта (мартовский номер) – если квота набрана раньше – статья переносится в следующий номер
до 1 июня (июньский номер) – если квота набрана раньше – статья переносится в следующий номер
до 1 сентября (сентябрьский номер) – если квота набрана раньше – статья переносится в следующий номер
до 1 декабря (декабрьский номер) – если квота набрана раньше – статья переносится в следующий номер
Статьи в обязательном порядке размещаются в системе РИНЦ – российского индекса научного цитирования (elibrary, ссылка: <http://elibrary.ru/titles.asp>) и на сайте журналов.

Размещение статей в журнале бесплатное.

Статью высылать по адресу (обязательно указывайте научное направление):
centrpa@yandex.ru