

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт наук о Земле
Кафедра страноведения и международного туризма

ШУБКИНА Анастасия Николаевна

Выпускная квалифицированная работа

***Влияние символизма на развитие «тёмного» туризма для граждан КНР
в Санкт-Петербурге***

Направление: 43.03.02 «Туризм»

Основная образовательная программа: СВ.5114* «Организация туристской деятельности
(с углубленным изучением китайского языка)»

Научный руководитель:
к.э.н. доцент ст. преподаватель
кафедры страноведения и
международного туризма
Я. С. Тестина
Рецензент:
исполнительный директор
«Maison Travel OÜ»
Альвита Харитонова

Санкт-Петербург

2022

Аннотация

В данной выпускной квалификационной работе рассматривается символизм как фактор развития тёмного туризма в Санкт-Петербурге и описываются современные проблемы его развития, а также контекст применения символов в современной туристической «тёмной» сфере. Анализируется понятие символизма как одного из факторов, влияющих на развитие «тёмного» туризма. Изучается рынок «тёмного» туризма в Санкт-Петербурге. Оценивается его современный туристский потенциал и привлекательность для туристов из Китая, в связи с чем выделяются основные недостатки и проблемы города как дестинации «тёмного» туризма и предлагаются пути решения этих проблем. Структура работы включает в себя введение, 3 главы, заключение, список литературы и приложения. Результатом проведенного исследования является разработка нового турпродукта по Санкт-Петербургу для туристов из КНР в соответствии со сложившимися на рынке тенденциями в области «тёмного» туризма.

Ключевые слова: тёмный туризм, Санкт-Петербург, Китайский выездной туризм, символизм

Abstract

In this graduate qualification work, examines symbolism as a factor in the development of dark tourism in St. Petersburg and describes the current problems of its development, as well as the context of the use of symbols in the modern tourist dark sphere. The concept of symbolism as one of the factors influencing the development of dark tourism is analyzed. The market of dark tourism in St. Petersburg is being studied. Its modern tourist potential and attractiveness for modern tourists from China are evaluated, in connection with which the main disadvantages and problems of the city as a destination of dark tourism are highlighted and ways to solve these problems are proposed. The structure of the work includes an introduction, 3 chapters, a conclusion, a list of references and appendices. The result of the research is the development of a new tourist product in St. Petersburg for tourists from China in accordance with the current market trends in the field of dark tourism.

Key words: dark tourism, Saint-Petersburg Chinese outbound tourism, symbolism

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «ТЁМНОГО» ТУРИЗМА И СИМВОЛИЗМА.....	7
1.1 Понятие символизма в туризме и классификация его символики.....	7
1.2 Взаимосвязь «тёмного туризма» и символизма Китая.....	12
1.3 Контекст применения символизма в продвижении дестинаций «тёмного туризма» на территории КНР.....	19
ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА «ТЁМНОГО» ТУРИЗМА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ДЛЯ ТУРИСТОВ ИЗ КНР.....	25
2.1 Символизм и историко-культурный потенциал Санкт-Петербурга как основа развития «тёмного» туризма.....	25
2.2 Анализ «тёмных» ресурсов города Санкт-Петербург и Северо-Западного федерального округа в частности.....	31
2.3 Анализ «тёмных» предложений на рынке туристических услуг Санкт-Петербурга и КНР.....	39
2.4 Проблемы и перспективы рынка «тёмного» туризма КНР и Санкт-Петербурга.....	46
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ТУРПРОДУКТА ПО САНКТ-ПЕТЕРБУРГУ.....	59
3.1. Разработка турпродукта с вовлечением мистических сюжетов города.....	59
3.2. Калькуляция тура.....	64
3.3. Выводы по туру.....	69
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	76

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы в сфере туризма всё большей популярностью пользуются нишевые виды туризма. Другая актуальная тенденция для многих стран мира заключается в том, что люди заинтересованы в поиске новых ощущений, испытании острых эмоций и чувств, а также в формировании памяти между прошлым и настоящим.

Удовлетворить данные людские потребности позволяет «тёмный» туризм – вид культурно-познавательного туризма, сфокусированный на посещении мест и достопримечательностей, подверженных символизму и связанных историко-событийным характером, имеющим мистическую направленность. Этот вид туризма возник в Древнем Риме и успел завоевать широкую популярность во многих странах мира.

«Тёмный» туризм относится именно к культурно-познавательному туризму, поскольку предусматривает посещение мест и достопримечательностей, связанных со смертью и трагедией, а также расширяет кругозор путешественника и несёт образовательную функцию.

Зарубежный опыт показывает, что «тёмными» туристическими дестинациями являются места, где вместе с тем произошли стихийные бедствия, экологические катастрофы, военные действия, а также территории, окутанные мистическими легендами.

Тема выпускной квалификационной работы — влияние символизма на развитие «тёмного» туризма для граждан КНР в Санкт-Петербурге. В настоящее время в Санкт-Петербурге «тёмный» туризм как отдельный вид туризма развит довольно слабо, а его потенциал изучен не в полной мере. Известно, что полноценных «тёмных» турпродуктов по Санкт-Петербургу не существует в принципе, а на туристическом рынке имеются только тематические экскурсии в составе культурно-познавательных туров. В связи с этим подчёркивается актуальность развития «тёмного» туризма на территории Санкт-Петербурга. Вдобавок, Санкт-Петербург представляется иностранным гостям как город, в котором находится центр классической культуры и впечатление о нём складывается исключительно от посещения «классических» достопримечательностей: музеев, дворцов, памятников, парков, театров и так далее. Однако в реальности Санкт-Петербург может показать себя совершенно с другой стороны.

На историю Санкт-Петербурга огромное влияние оказал городской фольклор, который может быть символом притяжения туристов не только из уголков нашей страны, но и из

Китайской Народной Республики. Данная тема также актуальна и потому, что на туристическом рынке существующие турпродукты для иностранных гостей слишком похожи между собой, подобный турпродукт перестаёт интересовать потенциальных туристов, что влияет на их выбор в пользу других туристических направлений. За счёт разнообразия турпродукта и включения новых «тёмных» локаций было бы возможно частичное решение вышеуказанной проблемы.

Объектом исследования в данной выпускной квалификационной работе является «тёмный» туризм, а его предметом – процесс воздействия символизма на «тёмный» туризм.

Целью работы является создание проекта мероприятий по развитию «тёмного» туризма для туристов из КНР.

Достижение поставленной цели подразумевает решение следующих задач:

1. Проведение теоретического анализа понятий символизма в туризме и «тёмного» туризма с учётом отечественных и зарубежных трактовок;
2. Изучить и описать виды «тёмных» направлений;
3. Рассмотреть контекст применения символизма на рынке китайского туризма;
4. Исследовать востребованность «тёмных» турпродуктов среди китайских туристов, а также выявить наиболее популярные;
5. Проанализировать существующие предложения на туристическом рынке Санкт-Петербурга и отметить вовлечённость «тёмной» составляющей в готовые турпродукты;
6. Разработать новый туристический продукт для китайских туристов с включением в него мистической составляющей.

Научная новизна данной работы заключается в слабой изученности «тёмного» туризма на территории Санкт-Петербурга. Тема «тёмного» туризма является в целом малоизвестной и достаточно новой. Существующие в России научные работы посвящены оценке перспектив развития «тёмного» туризма в Санкт-Петербурге, однако не затрагивается влияние на него символизма.

Структура выпускной квалификационной работы: работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Введение раскрывает тематику исследования, её актуальность, объект и предмет исследования, цели и задачи исследования, приводит научную новизну работы.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты символизма в туризме и «тёмного» туризма в целом, а также анализируется взаимосвязь между символизмом и «тёмным» туризмом на территории КНР.

Вторая глава посвящена исследованию рынка «тёмного» туризма на территории Санкт-Петербурга и КНР. Раскрыт историко-культурный потенциал Санкт-Петербурга. Приведены проблемы и перспективы развития «тёмного» туризма как на территории Санкт-Петербурга, так и на территории КНР. Особое внимание автором уделено современному состоянию туризма на данной территории. Раскрыты результаты проведенного метода аналогий.

В третьей главе предложен и рассчитан новый экскурсионный туристический продукт, в котором задействован мистический потенциал городского фольклора Санкт-Петербурга.

Заключение содержит основные выводы и кратко описывает итоги проведенного исследования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «ТЁМНОГО» ТУРИЗМА И СИМВОЛИЗМА

1.1 Понятие символизма в туризме и классификация его символики

Символы в глазах людей имеют свой язык. Ученые из различных дисциплин, таких как антропология, социология, психология и гуманитарные науки долгое время работают над значениями символов. Символизм относится к использованию различных символов, которые в самом общем смысле символизируют разные элементы и имеют разные значения. Слово «символ» первоначально означало знак памяти, который напоминает людям о том, с чем они столкнулись. С точки зрения индустрии туризма, символы уменьшают неопределенность в культурной среде, облегчают взаимодействие и проясняют отношения между различными культурами.

Понятие символа обсуждается и определяется разными авторами. Символы имеют разное значение в зависимости от одного сообщества к другому сообществу или от одного региона к другому региону. Согласно Мэнли, публичное использование символов передает общее значение, помогает делиться информацией, устанавливать социальную связь и обязательства [1]. Известный шведский учёный в области менеджмента Мэтс Элвессон определяет символы как «объекты, актовые концепции, языковые образования, которые неоднозначно стоят перед множеством разрозненных значений, вызывают чувства и эмоции, побуждают людей к действию» [2]. Хотя символ носит по своей сути универсальность как общечеловеческое событие, он обладает определенной степенью устойчивости и национальной стойкостью, поскольку природные и социальные условия людей разнообразных культур различны. К примеру, дракон символизировал духовную опору в Восточной, Юго-Восточной и Южной Азии. Однако в понимании других людей он считался символом свирепости и зла. Другим примером является белый цвет, который использовался как символ несчастья, бедствия и горя. Более того, поскольку всё состоит из единства противоположностей (дуалистический принцип), иногда символическая основа выражает различные символические значения. Для примера, в то время как «бык» являлся символом доброты, глупости, послушания, героизма и трудолюбия; «волк» символизировал доблесть и свирепость.

В теории туристской деятельности отсутствует общее определение символизма, однако, у зарубежных теоретиков туризма, понимание данного термина исследуется в различных константах. В некоторых случаях, символизм рассматривается через национальную идентичность, опираясь на символический интеракционизм, в котором главную роль играет международный туризм, а национальная идентичность выступает через символическое взаимодействие между нацией и миром за пределом отдельной страны. В исследовании докторов И-Чье Мишель Янг и Джулианы Френч рассматривается связь между туризмом и национальной идентичностью в Китае [3]. В их научной работе используется символический интеракционизм как способ для анализа выражения и утверждения китайской национальной идентичности. Также он рассматривается как феномен эмпирического потребления посредством акта международного выездного туризма. Результатом их эксперимента служит то, что международный туризм предлагает платформу для утверждения и выражения китайской национальной идентичности посредством символического взаимодействия между китайскими туристами и миром за пределами Китая.

Другие исследования символов включают исследования в области маркетинга, которые связаны с управлением внутренними брендами и гармонией отдельных брендов, символическим потреблением, символами мест назначения и исследованиями имиджа. Некоторые из этих исследователей пытаются интегрировать маркетинг, организационное поведение и методы управления человеческими ресурсами. К примеру, в исследовании Хакана Сезерель и Биргюля Ташделен о символическом представлении туристических направлений [4] используется семиотический анализ Ролана Барта для уточнения реконструкции социальной реальности, туристической репрезентации и опыта. Ролан Барт утверждает, что языки, которые используются людьми для взаимодействия друг с другом, такие как: мифы, поведение, визуальные эффекты, рекламные открытки и мода являются значимым единством, имеющим коннотацию. Единицы этих значимых «языков», которые были идентифицированы с социальными представлениями, называются показателями. Барт подчеркивает, что в отношениях между указывающим и обозначаемым, обозначаемое вообще не является «объектом», а скорее внутренним дизайном самого объекта. С другой стороны, Барт согласен с тем, что показатель приобретает смысл вместе со своим окружением и отдельно от своего окружения. Однако американский философ Чарльз Сандерс Пирс делает еще один шаг вперед

и определяет «показатель» как триадный процесс. На первом уровне люди сталкиваются с чем-то конкретным; на втором уровне конкретный предмет оживляет другую ситуацию; на третьем уровне человек понимает, что представлено, и интерпретирует связь между «показателем» и «указанным показателем». Семиология имеет дело с тем, как создается значение, а не со значением (системой), устанавливаемым с помощью «показателей».

Индустрия туризма, которая является одной из областей капиталистической индустриализации, коммерциализирует свои товары и услуги больше, чем они заслуживают по «показателям». Туристические места, вместо того чтобы быть физическим пространством, позволяют людям найти себя, удовлетворить свои мотивы, и являются социально сформированными областями единения. Вместе с коллективным сознанием, изменённым местами назначения, конкурирующими с символическим опытом, современные паломники стремятся к идеализированным целевым точкам, не отставая от других. Индивид, который думает, что потерял свою реальную жизнь, переживает свою воображаемую жизнь в этих местах, созданных знаками и символами (показателями). В этом смысле семиотический метод, который обладает способностью представлять субсмыслы, на которые ссылается «показатель», обладает критическим качеством в этой точке.

Ещё одним важным проявлением символизма в анализе туризма является «организационный символизм», который рассматривается учёными как важная область исследований в области управления и структуры организации. Эволюция туристического бизнеса определила существующие культурные структуры и, следовательно, изменила символы, используемые в организациях и на рынках труда. Термин «организационный символизм» вызывает широкий спектр значений среди исследователей. Некоторые учёные рассматривают «организационный символизм» как связь между организационной структурой. Второй популярный подход к «организационному символизму» согласовывается с организационной структурой, однако, Том Питерс утверждает, что символы можно использовать как инструменты для осуществления изменений в организациях. Хотя при обобщении предложенных теоретиками определений можно охарактеризовать «организационный символизм» как «совокупность установленных норм, предположений и ценностей, отличающих одну организацию от других организаций, определяющая представления, мысли и поведения группы и обеспечивающая внутреннюю интеграцию и

адаптацию к внешней среде, отражая философию лидера».

Принимая во внимание «организационный символизм», Том Питерс выделяет несколько символов следующим образом:

- отношения с внешней средой;
- поведение;
- расположение пространства;
- управление временем;
- традиции (церемонии, способ общения);
- даты;
- логотипы;
- истории и легенды;
- язык;
- вербальные и поведенческие символы.

Вышеприведенные символы показывают, что организационная культура обладает адаптивными и изменчивыми качествами, имея социальный характер с точки зрения объединения более чем одного человека. Организационная культура и, следовательно, организационный символизм может быть изучен, преподан и передан будущим поколениям через символы и символические движения. Как понятие, сформированное с течением времени, организационная культура определяется на основе прошлого, формируя культурные элементы и предположения, которые упорядочивают и осмысливают опыт внешнего мира в сознании сотрудников организации.

В контексте обсуждения символизма необходимо упомянуть о некоторых символах, которые способствуют восприятию дестинации как привлекательной. Символические аксессуары, принадлежащие конкретному региону, интересны и ценны для тех туристов, которые хотят купить эти аксессуары или товары в качестве сувенира. Кроме того, сувениры, отражающие историческую и культурную самобытность посещаемого региона, приобретаются туристами на память о посещении. Они могут отражать как региональный стиль, так и индивидуальность конкретного бизнеса.

Немаловажное значение в символизме занимает дизайн и физическое расположение зданий. Дизайн мебели и расстановки мест для сиденья тоже символичен. Локация, архитектурный стиль здания определяет социальное взаимодействие туристов. К примеру, туристы, посещающие Китай, могут захотеть остановиться в помещении, спроектированном как аутентичный китайский сад, что идентично с символом региона.

Многие символы в туризме не имеют материальной формы. Особенно в некоторых областях туристической индустрии, нематериальные символы могут быть сильнее, чем материальные. Они выражаются с помощью языка, поведения, социокультурных и идеологических символов. Точно так же, как язык, используемый обществом, встречаются общие языковые символы, характерные только для некоторых регионов. Хотя язык, используемый во всем мире, - английский, существуют также различные лингвистические символы, происходящие из разных языков, которые обычно используются по всему миру (к примеру, ♂ ♀ эти астрологические символы из Древнего Рима до сих пор символизируют половую принадлежность и широко используются в индустрии туризма). Помимо языка, некоторые виды поведения и жестов могут расцениваться по-разному. Один жест в определенном регионе может быть расценен положительно, тогда как в другом он может считаться оскорбительным. Поэтому, туристы должны быть не только избирательны в отношении символов, которые они демонстрируют местным людям, но и проинформированы о культуре места, которое посещают.

Поскольку туризм является сервисно-ориентированной отраслью, удовлетворенность клиентов в большей степени формируется за счёт услуг сотрудников туристских организаций. В исследовании Хартлайна и Джонса учёные пришли к выводу о том, что многие услуги в туристических организациях производятся и потребляются одновременно с присутствием потребителей и на основе результатов работы и действий сотрудников, а некоторые из наиболее важных сигналов — это манера поведения менеджера по туризму (например, вежливость и отзывчивость) во время оказания услуг [5]. Поведение людей с характерами и личностями, обеспечиваемыми традициями и обычаями, трансформируется в символы, отражающие предназначение. Следовательно, туристы часто смотрят на поведение людей и сотрудников в том или ином месте.

Культура – это динамическое явление, формирующее общество. Каждое общество имеет определенные символы культуры, из которой оно происходит. В частности, Клиффорд Гирц определяет культуру как паутину, созданной людьми значимости, а анализ культуры – как вопрос интерпретации, а не объяснения [6]. Каждое общество имеет разные культурные интерпретации и образ жизни. А значит, туристы находят, что культурная структура мест, в которые они едут как туристы, отличаются от их собственной культурной структуры, и они также могут оказывать влияние на места, которые они посещают. На данный момент, развитие средств связи и транспорта, а также глобализация подпитывают любопытство людей видеть, изучать и узнавать различные культурные символы. В этом контексте можно сказать, что то, как общество развлекается, его фольклор, театральные постановки, художественная деятельность, выставки, исторические места, прошлый и настоящий образ жизни, являются социокультурными символами этого общества. Понятие идеологий, таких как либерализм или консерватизм, могут быть включены в нефизические символы в индустрии туризма. Посещение мест, относящихся к определенной идеологии (например, увидеть и пожить в местах, где можно испытать коммунистический образ жизни), может заинтересовать туристов. В целом можно сказать, что все (физические и нефизические) символы являются определяющими как для жителя данного региона, так и для его гостей.

Таким образом, символы, используемые в конкретном обществе, формируются в соответствии с общим пониманием, нормами и ценностями этого общества. Культура – это живое явление, образованное суммой этих норм и ценностей в обществе. Поэтому символы отражают общее понимание параллельно с номенклатурой, ценностями и культурой того или иного общества.

1.2 Взаимосвязь «тёмного туризма» и символизма Китая

В последние годы «тёмный туризм» стал более широко освещённым видом туризма, в котором жуткое увлечение заставляет туристов путешествовать по различным туристским дестинациям: бывшим концентрационным лагерям, военным мемориалам и выставкам, местам стихийных бедствий, выведенным из эксплуатации тюрьмам и местам злодеяний. Феномен «тёмного туризма» привлекает огромное количество исследователей по всему миру, активно обсуждая и исследуя причины посещения подобных мест. Одним из факторов

заинтересованности исследователей является, вероятно, темпы роста «тёмного туризма» в нетривиальных для туристов дестинациях.

История «тёмного туризма» (в частности, его относительно недавние тенденции) стала центром внимания некоторых исследователей. Она в основном охватывает шесть тем, в которых заинтересовано большинство исследователей: обсуждение определений, концепций и типологий; этических проблем; политических и идеологических аспектов; спроса на тёмные туристические места; управление местоположением; методов, используемых для исследования. В области изучения спроса на тёмные туристические места относительно ограниченное исследование было сосредоточено на четырех аспектах – мотивации и опыте «тёмных» туристов, взаимосвязи между посещением и чувством идентичности, а также подходах к теоретизации потребления темного туризма. Различные исследователи также предлагают классификацию «тёмного туризма» и тёмных туристических аттракций, которые разнятся в зависимости от исследования. Существует несколько подходов к классификации «тёмных туристических поставщиков», которые подробно рассматриваются и систематизируются в статье Филиппа Стоуна (табл. 1)

Таблица 1. Классификация «тёмных» поставщиков туристских продуктов [7, стр. 145-160]

Наименование туристского продукта	Характеристика	Виды туристских аттракций
Тёмные фабрики развлечений (Dark Fun Factories)	Представляют собой реальную или вымышленную смерть и жуткие события. По мнению автора, фабрики тёмных развлечений предлагают «упакованные» продукты с точки зрения репрезентации, и воспринимаются туристом как менее аутентичные.	1) достопримечательности, ориентированные на развлечения и коммерческую этику; 2) туры, ориентированные на развлечения и коммерческую этику

<p>Тёмные выставки (Dark Exhibitions)</p>	<p>Сочетают в себе «тёмный» дизайн и образовательный посыл.</p>	<p>Проявляются в эклектичном ассортименте продукции и часто располагаются вдали от фактического места смерти или жуткого события. Множество музеев, которые демонстрируют смерть и связанные с ней страдания с просветительской или памятной направленностью, могут быть классифицированы как мрачные выставки.</p>
<p>Тёмные подземелья (Dark Dungeons)</p>	<p>Сочетают развлечение и образование в качестве основного товарного направления, обладая высокой степенью коммерциализации и туристической инфраструктуры. Автор считает, что тёмные подземелья могут занимать центральное место в спектре «тёмного туризма» со смесью тёмных и светлых элементов.</p>	<p>Места и достопримечательности, которые представляются современному потребителю как бывшие тюрьмы и здания судов.</p>
<p>Тёмные места упокоения (Dark Resting Places)</p>	<p>Кладбище в современном обществе действует как романтизированный и мрачный инструмент городского возрождения. В частности, специалисты по планированию туризма часто</p>	<p>Кладбища и надгробные памятники как потенциальные продукты для «тёмного туризма».</p>

	используют кладбище в качестве механизма для поощрения посещения местности, сохранения структурной целостности ландшафта и архитектуры, а также для поддержания экологии местной среды.	
Тёмные места поклонения (Dark Shrines)	«Тёмные» события доминируют в повестке дня средств массовой информации в течение относительно коротких периодов времени, что придает более высокий уровень политической осведомленности и влияния определенному месту.	Места, которые «торгуют» актом памяти и уважения к недавно умершим. Тёмные места поклонения часто строятся, формально или неофициально, очень близко к месту смерти и в течение очень короткого периода времени после наступления смерти.
Тёмные места столкновений (Dark Conflict Sites)	Виды деятельности, объекты или направления, связанные с войной. Таким образом, данная категория вращается вокруг войн и полей сражений и их коммерциализации в качестве потенциальных туристических продуктов.	Места тёмных конфликтов имеют образовательную и памятную направленность, ориентированы на местную историю и изначально нецелесообразны в контексте «тёмного туризма».
Тёмные лагеря геноцида (Dark Camps of Genocide)	Эти места рассказывают ужасные истории о человеческих страданиях и имеют высокую степень	Места, в которых геноцид, зверства и катастрофы являются главной «тёмной» темой.

	политической идеологии, связанной с ними.	
--	--	--

Существует другой подход к изучению «тёмного туризма», который включает в себя исследование мотивов и намерений туристов посетить «тёмные» места, которое принадлежит Хизер Льюису, Томасу Шрайеру и Шуанью Сюй [8]. В их исследовании авторы опираются на прошлый опыт учёных, результатом которых являются такие причины для посещения мест «тёмного туризма» как: любопытство, желание получить образование и узнать о том, что произошло на месте, интерес к истории или смерти, связь с личным или семейным наследием, поиск острых ощущений и медицинское самоубийство. В основе их исследования лежит теория запланированного поведения (ТЗП), используемая в качестве руководства для определения поведенческих намерений. ТЗП предполагает, что люди с большей вероятностью будут вести себя так, как считается достижимым, а отношение, субъективная норма и воспринимаемый поведенческий контроль важны для прогнозирования намерения. Воспринимаемый поведенческий контроль — это ключевая переменная, влияющая на намерения туристов и их восприятие своей способности выполнять определенное поведение. По результатам исследования выяснилось, что когда туристы чувствуют себя способными и контролирующими свой выбор в сфере туризма, то это положительно влияет на их поведенческие намерения или вероятность посещения «тёмного» туристического направления.

Среди китайских исследователей термин «тёмный туризм» (黑暗观光 (тёмные достопримечательности), 悲情旅游 (печальный туризм), 黑色旅游 (чёрный туризм), 悲伤旅游 (туризм горя), 黑旅游 (мрачный туризм)) определяется как «туризм, связанный с местами смерти, бедствий и злодеяний», «явление, при котором люди путешествуют в места, где происходят смерти, катастрофы, страдания, террористические акты или трагедии» и «туризм в места стихийных бедствий». Примечательно, что в классификации «тёмного туризма» в Китае существует разделение на две составляющие: «тёмный» природный туризм и «тёмный» туризм гуманитарного типа. Природный туризм включает в себя туризм по местам, связанными с землетрясениями, вулканами, оползнями, тайфунами, наводнениями, лесными пожарами и красным приливом. К туризму гуманитарного типа относятся: военные события, гробницы, усыпальницы, мавзолеи, дорожно-транспортные происшествия и тюрьмы.

В настоящее время «тёмный туризм» также рассматривается как средство исцеления от травмы, нанесенной новой коронавирусной инфекцией (COVID-19). До 2020 года у людей не было непосредственного опыта «умирания», поскольку современный человек не сталкивался с массовыми явлениями смерти. Смерть в данный момент замаскировалась под статистику, поскольку политики и средства массовой информации озаботили людей мрачными показателями. В некоторых частях мира предпринимаются шаги, направленные на то, чтобы начать честование жертв COVID-19. К примеру, в 2021 году в Лондоне появилась национальная мемориальная стена «COVID», которая нарисована добровольцами в память о жертвах пандемии. Она простирается более чем на пятьсот метров вдоль Южного берега реки Темзы, располагаясь напротив Вестминстерского дворца и недалеко от больницы Святого Томаса. Стена состоит из более чем 150 тысяч красных сердец с именами близких для того, чтобы отдать дань уважения тем, кто умер от новой коронавирусной инфекции. Тем временем в Санкт-Петербурге открыли памятник «Печальный ангел», посвящённый медицинским работникам, погибшим в пандемию. Скульптуру установили на набережной реки Карповки напротив входа в Первый Санкт-Петербургский государственный медицинский университет им. академика И. П. Павлова. Таким образом, подобные мемориалы могут стать новыми «тёмными» туристическими аттракциями, способными уже в следующие несколько лет принять туристов со всех уголков мира.

Пандемия COVID-19 постепенно становится общим мировым наследием. Так, в Китайской Народной Республике местом туристического притяжения в 2020 году стал крупный производственный город Ухань, место, откуда появились первые сообщения о COVID-19. Исследовательский центр туризма при Китайской академии общественных наук и Исследовательский центр индустрии культуры и туризма Tencent провели исследование потребностей и тенденций в путешествиях после вспышки COVID-19 [9]. Результаты, опубликованные 30 апреля 2020 года, основаны на более чем пятнадцати тысяч анкетах, двадцати миллионов сообщений в социальных сетях и форумах, а также на десятках глубинных интервью. По данным исследования, Ухань обогнал Пекин как главный внутренний город в списке пожеланий китайских путешественников во время пандемии. Вероятно, посещение города Ухань и мест, связанных с COVID-19, могут помочь пролить памятный свет на пандемию, охватившую общество. Однако, возможно, что желание китайских граждан

посетить Ухань связано со сложившейся с древности общественной и частной жизни китайцев. По всей видимости, склонность к посещению города Ухань вызвана глубокой любовью к государству и правителю, устоявшимися традициями и обычаями, а также почтительностью к философии и культуре своей страны, поскольку китайцы могут рассматривать посещение города Ухань для того, чтобы поддержать свой «город-герой».

Символикой пронизана буквально вся жизнь Китая. Каждый его предмет, события и многие явления природы хранят в себе символическое значение. Также философия Китая связывается с государственной религией тесными узами, основываясь на философских началах, и притом такой философией, которая через образование проникает во все слои общества. В современном китайском обществе в школах воспитывается новое поколение патриотов, изучающих изречения лидера страны Си Цзиньпина, достижения китайской цивилизации и роль Коммунистической партии в борьбе с нищетой и пандемией. Так, чётко прослеживается связь между символами, соединяющими традиционный и современный Китай, и развитием «тёмного» туризма.

Символическая роль императора, главы государства, «Сына Неба» и «народного родителя» (民之父母) в Древнем Китае приобретала значение высшего духовного символа – Дао – онтологической основы всего мира, всего порождающего начала, предшествующего Небу и Земле, Высшего пути, развертывающегося в непрерывном движении. Дао Неба выражается через космические силы инь и ян, дао Земли – через «мягкость» и «твёрдость», а дао человека – через гуманность и долг. Одним из центральных понятий в конфуцианской философии тогда являлась сыновняя почтительность (孝), которая заключалась в уважении к родителям, всем предкам и государю. Тем самым культ предков уже в современном Китае приобрёл всеобъемлющее социальное значение: добродетельный сын — от простолюдина до правителя — посвящает свою жизнь служению родителям при их жизни и после смерти. Устойчивость такой вертикали является залогом должного устройства и социального порядка в государстве, объединяющем отдельные семьи в единую огромную семью. Преданный сын — верный подданный есть основа такой конструкции. Так конфуцианство преобразовало религиозный культ в социальную доктрину, придав ей универсальное значение и государственный статус. Каждый год на девятый день девятого месяца по лунному календарю отмечается традиционный праздник «двойной девятки» (重九) или День пожилых людей. По

традиции, в этот день дети общаются с пожилыми родственниками, а действующий Представитель КНР играет ведущую роль в этом процессе, показывая пример населению. Так, Си Цзиньпин проводит свободное время, гуляя со своими отцом и матерью, призывает уважать ветеранов, внимательно относиться к пожилым людям и развивает пенсионную систему страны, принимая соответствующие планы и меры. Подобные действия позволяют сформировать в современной Китайской Народной Республике новый культ личности вокруг Си Цзиньпина, который в XX-ом веке сложился вокруг Мао Цзэдуна, развивая при этом «тёмный туризм» в стране через символизм.

Отсюда можно сделать вывод о том, что развитие «тёмного туризма» всё ещё актуально, как и внутри страны, так и за её пределами, а рост данного вида туризма зависит от культурной составляющей и современного социально-политического строения государства.

Для достижения задач данной работы необходимо проанализировать контекст применения символизма в продвижении туристических дестинаций, которые являются наиболее подходящими для «тёмного туризма». К ним относятся последние тенденции и тренды китайского и российского внутреннего туризма, а также туристические предложения «тёмного туризма» на рынке Санкт-Петербурга. Исследование туристического рынка Санкт-Петербурга необходимо для установления взаимозависимости символизма и туризма, выявления факторов, способных привлечь туристов из КНР, а также для выделения проблем, существующих в данном виде туризма.

1.3 Контекст применения символизма в продвижении дестинаций «тёмного туризма» на территории КНР

Что касается Китая, то культ предков, известный многим народам мира, восходит к архаическому культу мертвых. Еще протокитайцы эпохи неолитических культур Яншао и Луншань верили в загробный мир, где душа умершего пребывает после смерти. Вероятно, уже в первобытную эпоху у далеких предков китайцев сложились зачатки представлений о том, что души умерших, обитающие в загробном мире, способны оказывать влияние на судьбы живущих в этом мире [10]. В эпоху Шан-Инь культ мёртвых приобретал главенствующее значение, что в последствии стало сердцевиной религиозной жизни китайцев. Покойный правитель после смерти сохранял свой высокий статус, при этом приобретая власть не только

над миром «живых», но и миром «мёртвых». В результате, культ предков стал основой для создания не только культа личности в Китае, в котором прослеживается символическая связь между китайским народом и «Великим Кормчим» Мао Цзэдуном, но и опорной точкой для развития «тёмного туризма» на территории КНР.

Местом его упокоения стал «Мемориальный зал Председателя Мао» (毛主席纪念堂), расположенный в центральной части площади Тяньаньмэнь в Пекине к югу от Памятника Народным героям. Забальзамированные останки политического деятеля сохранены в хрустальном гробу для будущих поколений, несмотря на его желание быть кремированным. К сожалению, слишком велико было желание (или ощущаемая необходимость) продолжать и расширять культ личности, окружавший Мао Цзэдуна [11]. Культ мёртвых и культ личности стали очень эффективным инструментом коммунистической пропаганды, который привёл к созданию советского пантеона. Поклонение коммунистическим полубогам, отдавшим жизнь за «рабочий класс», «за счастье всего человечества», стало в Китае нормой жизни для широких народных масс.

Помимо того, что здание Мавзолея является центральным элементом площади Тяньаньмэнь, однако, сама площадь считается одной из мрачных глав в современной истории Китая, что ещё сильнее добавляет интерес к ней как к туристической аттракции «тёмного туризма». В июне 1989 года на площади Тяньаньмэнь произошли акции протеста, жестоко подавившиеся китайскими военными. Здесь был сделан один из самых знаковых снимков того времени: одинокий мужчина в белой рубашке, преграждающий путь колонне массивных танков (Неизвестный бунтарь, Tank Man). Ничто так не символизировало конфликт и его последующую безнадежность как этот единственный образ. Мавзолей и площадь Тяньаньмэнь справедливо являются частью «тёмного туризма» поскольку очевидна не только их связь со смертью, но и есть подтверждение классификации продуктов «тёмного туризма», предложенная Филиппом Стоуном: они сочетают в себе и тёмное место поклонений, и тёмное место столкновений. К тому же, являются частью особой ниши «тёмного туризма» — культа личности.

В китайской культуре особое место отведено призракам, монстрам и прочим сверхъестественным существам. Как уже отмечалось, представления о мире «живых» и мире «мёртвых» тесно связано с китайским культом предков, где многое было включено в буддизм,

что в последствии повлияло и создало уникальные китайские буддийские представления о сверхъестественном. В китайском видении загробной жизни мёртвые должны пройти три серьёзных испытания, для того чтобы попасть в преисподнюю. Эти испытания проводятся в трёх местах: на «Мосту, с которым ничего нельзя поделаться», на «Призрачном перевале» и в Дворце Тяньцзи. Эти три места являются одними из многих достопримечательностей, расположенных в «Городе-призраке» Фэнду (丰都鬼城). Город получил свое название во времена династии Восточная Хань. По легенде, два чиновника императорского двора Инь Чаншэн и Ван Фанпин решили поехать на гору Мин для практики даосских учений, где благодаря самосовершенствованию они стали бессмертными. Объединение их имён даёт термин "Инь и Ван", означающий «Король Подземного мира». Позже, во времена династии Тан, на этой горе был возведен грандиозный храм, изображающий жизнь в аду. В настоящее время он является популярным туристическим местом, в котором можно узнать о китайской культуре призраков и загробной жизни. Комплекс святынь украшен статуями, орудиями пыток и другими художественными изображениями призраков и дьяволов — ужасающими произведениями, которые отражают представление о том, что с хорошими людьми будут обращаться в загробной жизни подобающе, а плохие люди будут наказаны отправлением в ад.

Так, богатое культурное и историческое наследие Китая оказывает влияние на туристическую сферу, соединяя символизм с «тёмными» туристическими дестинациями. По классификации Филиппа Стоуна, город Фэнду можно отнести к тёмным фабрикам развлечений и к тёмным выставкам.

Следующим контекстом применения символизма могут быть жертвоприношения, которые практиковались как ритуальные убийства в Древнем Китае. В начале XX века, недалеко от города Аньян, примерно в 500 км к югу от Пекина, начались раскопки археологического памятника Иньсюй (殷墟), являвшегося древней столицей поздней династии Шан (1300-1046 гг. до н.э.). На этом месте был обнаружен ряд королевских гробниц и дворцов, прототипов более поздней китайской архитектуры, в том числе район Дворца и Королевских родовых святынь с более чем 80-ми фундаментами домов и единственной гробницей члена королевской семьи династии Шан, которая осталась нетронутой – гробницей Фу Хао (妇好墓). Большое количество и превосходное мастерство найденных там погребальных принадлежностей свидетельствуют о передовом уровне ремесленной промышленности

династии Шан. Надписи на костях оракулов, найденных в Иньсуй, являются бесценным свидетельством развития одной из древнейших систем письменности в мире, древних верований и социальных систем. Многочисленные ямы на территории дворца содержали кости с надписями оракулов, которые, как считается, содержат самые ранние свидетельства китайской письменности. Область царских гробниц на возвышенности включает жертвенные ямы с колесницами и человеческими останками, которые считаются жертвоприношениями. Погребальные принадлежности включали украшенные бронзовые ритуальные сосуды, резьбу по нефриту и кости, а также керамику. Район Королевской гробницы Иньсуй является самым ранним крупномасштабным королевским кладбищем в Китае и источником китайской системы королевских и императорских мавзолеев. Возвращаясь к классификации Филиппа Стоуна, вновь можно сделать вывод о том, что памятник Иньсуй относится и к тёмному месту поклонений, и к тёмному месту упокоений, а также является тёмной выставкой, транслируя образовательный послыл.

Руины – это универсальный символ разрушения и смерти. В контексте разрушений, вызванных землетрясениями, перемещением и переселением местных жителей после стихийного бедствия, в китайском «тёмном» туризме особое внимание уделяется аттракциям, природного типа. Так, в китайских источниках подчёркивают землетрясение в Юйшу, Таньшанское землетрясение и особенно землетрясение, произошедшее в 2008 году в провинции Сычуань, которое стало причиной почти семидесяти тысяч смертей, восемнадцати тысяч пропавших без вести и пятнадцати миллионов бездомных. Город Бэйчуань был одним из наиболее разрушенных районов, в котором погибло более пятнадцати тысяч человек, а его центр оказался почти полностью разрушен. Учитывая потенциальный риск новых разрушений и безопасность местных жителей, правительством был утверждён план оказания чрезвычайной помощи для транспортировки раненых и местных жителей, а также сохранения центра города в качестве объекта наследия. Местный сектор индустрии туризма на территории города построил туристические объекты и превратил разрушенный город Бэйчуань в музей под открытым небом для сейсмологического образования и развития «тёмного туризма». Бывшие жители города относятся к руинам как к личному наследию, которое напоминает им об их прошлых временах и потерянных домах. Выжившие и пережившие катастрофу потомки

превращают руины в мемориальные места, где они скорбят по ушедшим родственникам и друзьям.

На данный момент «Мемориал землетрясению в Чэнду Бэйчуань» (北川国家地震遗址博物馆) является символом характера города и региона, а также имеет для местных жителей гораздо большее духовное значение, чем экономическое. Это одновременно душераздирающий и вдохновляющий памятник человеческой трагедии, несомненно относящийся к «тёмному туризму».

Учитывая китайские источники, найденные в китайском сегменте Интернета, Ван Синьцзянь, член провинциального комитета Коммунистической партии Китая провинции Сычуань и научный сотрудник Института региональной экономики Провинциальной Академии общественных наук, выдвинул предложение развивать в стране «чёрный туризм 黑色旅游». По его словам, в Китае множество мест с «тёмным» темпераментом, таких как: заброшенные фабрики, необитаемые старые здания, места, где происходили легендарные события и тому подобное.

К примеру, в 2017 году сервис бронирования жилья по всему миру Airbnb в международный праздник Хэллоуин провёл в Китае мероприятие «Одна ночь в чудесном доме 奇屋一夜» для «игры во что-то захватывающее». По концепции, посетителям предложено провести ночь в месте, где происходило популярное шанхайское иммерсивное представление «Бессонная ночь 不眠之夜», — в тёмной комнате Яцин 鸦青 на верхнем этаже отеля «Майцзиньнонг 夜会麦金侖». В этом чёрном доме комнаты освещались тусклыми огнями, столы были усеяны сухими экземплярами растений, пожелтевшими фотографиями и стопкам старинных писем и заметок, разбросанных по всем углам, словно пытающихся рассказать историю, случившуюся здесь в 1930 году. Посетители должны пройти «квест-комнату», следуя подсказкам, чтобы разгадать пыльное прошлое этого загадочного дома. Руководитель отдела бренд-маркетинга в Airbnb China Муру Чен сказала, что Хэллоуин стал одним из самых популярных праздников для китайской молодёжи.

Помимо китайского опыта празднования Хэллоуина, молодых китайцев также привлекают ролевые игры живого действия. Самая популярная игра в данном жанре называется «Убийство по сценарию» или Jubensha 剧本杀, включающая сценарии детективных

убийств. По данным поставщика рыночной информации iiMedia, в 2022 году продажи китайского сектора игр в данном жанре достигнут 17 миллиардов юаней (2,66 миллиарда долларов) [12]. Также, согласно отчёту Исследовательского института Meituan, более 40-ка процентов фанатов ролевой игры играют в неё по крайней мере раз в неделю. Некоторые игроки тратят на игры до 3000 юаней в месяц.

Так, базирующееся в Сучжоу онлайн-туристическое агентство «Tongcheng-Along» уже заключило сотрудничество с «LARP Master» для запуска оригинальных ролевых игр в павильоне Тенгван, туристической достопримечательности, расположенной в Наньчане, провинция Цзянси. Глава развлекательной компании в провинции Шаньдун в восточном Китае, Хэ Цзинфу сообщил, что среди туристов особой популярностью пользуются туры на короткие расстояния в комплекте с оффлайн-социальными играми, такими как «Убийство по сценарию». Подобный туристский продукт является одной из новых бизнес-моделей, появляющихся на туристическом рынке Китая, который открывает больше возможностей для индустрии туризма.

Вышеприведенные примеры «тёмных» туристических аттракций Китая показывают, что в стране существует база для развития такого вида туризма как «тёмный туризм», поскольку, ориентируясь на классификацию «тёмных мест», предложенной Филиппом Котлером, она предлагает ёмкое описание туристической ниши каждой туристической дестинации. На основании историко-культурной составляющей КНР и его символизма можно проводить исследование рынка «тёмного туризма» и в Санкт-Петербурге, исходя из которого, делать вывод о целесообразности проведения «тёмных» мероприятий, необходимых для обеспечения стабильного турпотока в дестинацию их представителей.

На основании изложенного в первой главе можно сделать вывод о том, что символизм в туризме и в целом «тёмный туризм» – сложные и ещё не до конца изученные понятия, зависящие не только от исторической и культурной составляющей определенной страны, но и от трактовки данных терминов теоретиками. Символизм в туризме рассматривается ими не только как культурная и национальная составляющая, но и как основа развития организации (в области управления и структуры организации), и поэтому важно связывать символы не как обособленную характеристику в культурном плане, а также и через призму тех организационных структур, к которым обращаются потенциальные туристы.

ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА «ТЁМНОГО» ТУРИЗМА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ДЛЯ ТУРИСТОВ ИЗ КНР

2.1 Символизм и историко-культурный потенциал Санкт-Петербурга как основа развития «тёмного» туризма

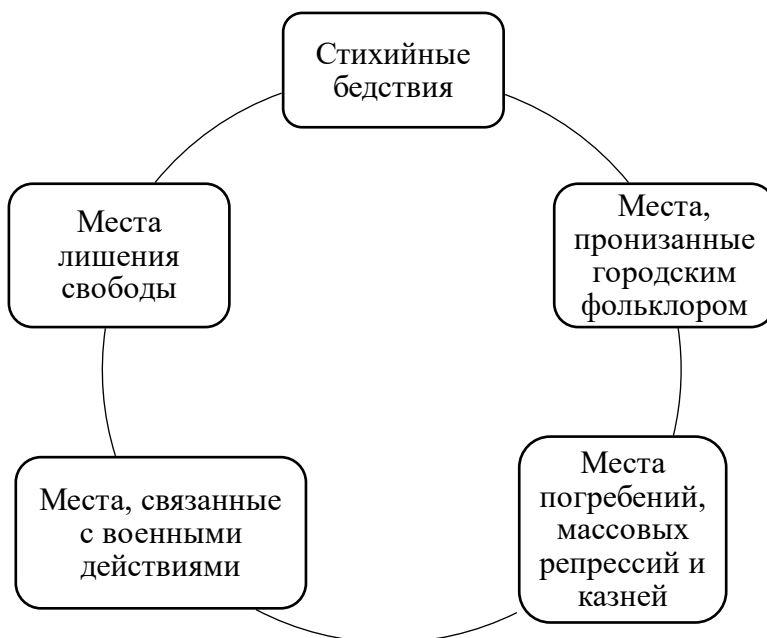
В научной туристской литературе, к сожалению, еще недостаточно изучен феномен культурно-познавательного туризма и мало уделяется внимания его специфике. Это крайне сложное понятие, объединяющее в себе экскурсионный, этнографический, этнический, религиозный, антропологический, экологический, тёмный и другие подвиды культурного туризма в зависимости от объекта познания и мотивов путешествующего. Так, по мнению М.Б. Биржакова культурно-познавательный туризм — это «посещение туристских центров с познавательными целями. Основа познавательного тура — это богатая экскурсионная программа осмотра города и его достопримечательностей, архитектурных ансамблей, храмов и культурных объектов, музеев, а также уникальных природных объектов и явлений» [13, с. 236]. Очень сходное по смыслу понятие сформулировано Л. П. Шматько, которая характеризует культурно-познавательный туризм, как «поездки людей в целях ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, общественным строем, жизнью и традициями народов в посещаемой стране» [14].

Однако, по мнению А.Д. Чудновского определение познавательного туризма не совсем корректно в силу того, что целью познавательного туризма является знакомство с культурно-историческим наследием принимающей страны, то есть с туристскими ресурсами, которые представляют собой «совокупность природных и антропогенных объектов» [15, с. 237]. Основывая свои выводы на Конвенции по охране мирового природного и культурного достояния (ООН, 1972), а также рекомендациях ЮНВТО присоединиться к этой Конвенции и руководствоваться данными принципами и принципами Хартии культурного туризма, А.Д. Чудновский предлагает использовать понятие «культурно-познавательный туризм, под которым понимаются поездки людей в целях ознакомления с природными ресурсами и историко-культурным наследием принимающей страны». При этом автор отмечает, что целью подобного туризма является приобщение к материальным и духовным ценностям различных стран и народов, а также стремление человека расширить свой кругозор, составив

представление о том, как жили и живут другие страны и народы, каковы их достижения в науке, искусстве, технике и быте.

В последнее десятилетие также особенно очевидным становится увеличение спроса на специальные виды туризма или так называемый туризм специальных интересов (Special Interest Tourism). Эпоха «впечатлений и ощущений» ведёт к популяризации различных экстремальных и нетрадиционных видов туризма, а в каждом конкретном случае именно особая цель путешествия является основным мотивирующим фактором. Прежде всего, посещение нетрадиционного объекта показа может быть связано с необычным хобби путешественника, видами профессиональной и общественной деятельности, желанием приобретения необычного опыта, а также определёнными аттракциями и дестинациями, которые привлекают сегменты нишевых рынков. К туризму специальных интересов в том числе можно отнести и «тёмный туризм».

«Тёмный» туризм – это вид культурно-познавательного туризма, сфокусированный на посещении мест и достопримечательностей, подверженных символизму и связанных историко-событийным характером, имеющим мистическую направленность. Так, к примеру, можно выделить факторы, влияющие на «тёмный» туризм и являющиеся одновременно туристическими объектами, которые могут представлять интерес для «тёмного» туриста:



Вышеуказанные объекты определяют направление развития туризма в регионе и

являются исходной базой для разработки туристского продукта. Самым привлекательным туристическим ресурсом Санкт-Петербурга является историко-культурное наследие.

Среди памятников культурного наследия Санкт-Петербурга можно выделить:

1. Памятники археологии;
2. Архитектурные сооружения (культовые и гражданские);
3. Объекты социокультурной инфраструктуры (музеи, театры, выставочные залы и др.).

Основными формами организации культурно-познавательного туризма как отдельного вида деятельности также являются экскурсии. На сегодняшний день экскурсионная деятельность является обязательной составляющей культурно-познавательной туристкой сферы Санкт-Петербурга. При этом, главное в экскурсиях – это возвращение к прошлому, к национальным истокам. Стоит также отметить важность обращения к разным историческим этапам развития города. Примеров возрождённых туров-экскурсий по Санкт-Петербургу можно привести огромное количество. Однако, в настоящее время, большое внимание уделяется созданию новых разнообразных туристских продуктов, к примеру, имеющих только одну определённую тематику. К ним можно отнести экскурсии, рассказывающие о жизни известных исторических личностей, о мистических легендах и мифах города или о научной жизни Санкт-Петербурга. Прежде всего это связано со стремлением включить в туристский продукт современные методы и способы взаимодействия с туристами, продемонстрировать город с нетривиальной стороны, разнообразить продукт и выделиться на туристическом рынке, а также сохранить достояние города и память о нём, которое, возможно, находится на грани исчезновения.

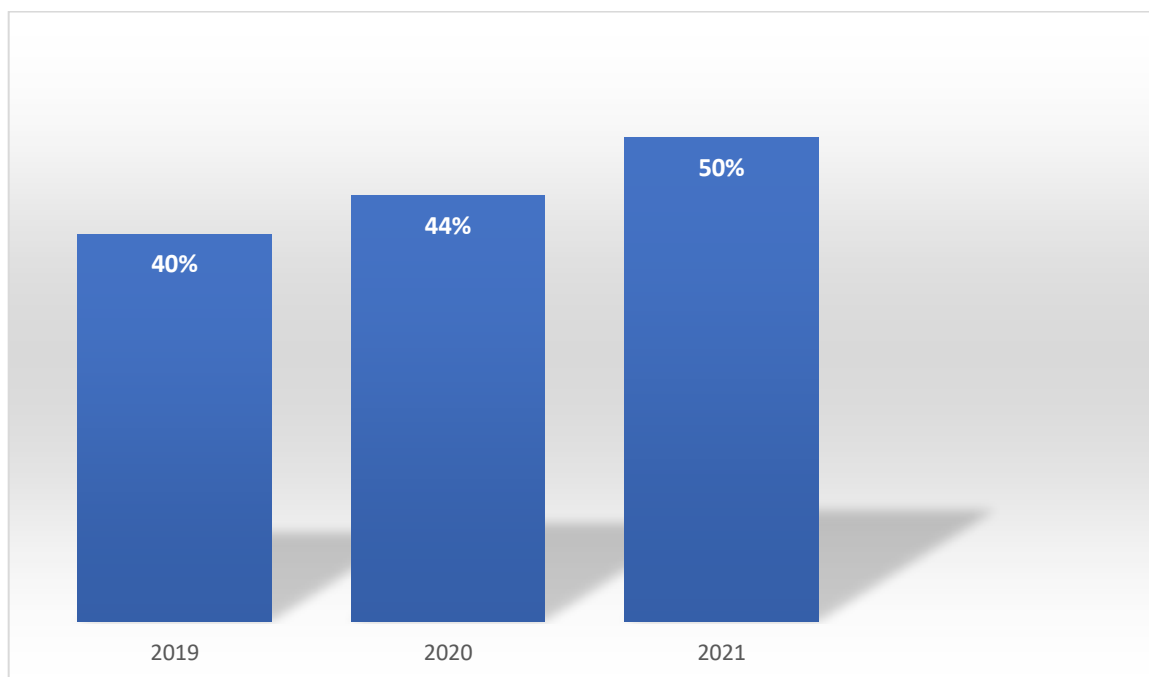
Не менее перспективной тенденцией культурно-познавательного туризма кажется создание событийно-анимационных туристских программ, относящихся к новому виду туристских продуктов, стоящие на стыке экскурсионно-познавательных и зрелищно-развлекательных программ. Подобные комбинированные программы — это не только стандартный экскурсионный показ, но и вовлечение туристов в непосредственное действие, которое, в свою очередь, основано на исторически сложившемся факте, событии, праздновании. Организация подобных туристских продуктов требует знаний фольклора, культуры территории, традиций, а также методики и технологии анимации, основной целью

которых является включение туристов в активную деятельность в процессе потребления услуг и психологическую интеграцию в процессе приобретения нового опыта.

Исходя из теоретической части в гл. 1 и определения культурно-познавательного туризма, можно сделать вывод о том, что «тёмный» туризм – это вид культурно-познавательного туризма, сфокусированный на посещении мест и достопримечательностей, связанных историко-событийным характером.

Обращаясь к статистике развития туристского рынка в Санкт-Петербурге, то можно увидеть, что культурно-познавательный туризм – это одна из основных целей прибытия туристов в город. На основании данных центра стратегических разработок Северо-Запада рассмотрен график туристских прибытий в Санкт-Петербург с целью культурно-познавательного туризма.

Рисунок 1. Посещение Санкт-Петербурга с целью культурно-познавательного туризма [16].



Также, по состоянию на конец 2020 года разработаны и реализуются 230 туристических маршрутов по Санкт-Петербургу, в том числе семь межрегиональных и один международный маршрут, включающий посещение приграничных территорий Республики Финляндия. Санкт-Петербург помимо обладания богатейшим культурным наследием, был многократно удостоен звания ведущего мирового культурно-туристического направления по версии World Travel Awards. К тому же, по данным ЮНВТО, посещение достопримечательностей является

основной причиной туризма для 47% туристов из КНР, а аттракции являются наиболее важным фактором в процессе принятия решения о поездке для 39% туристов [17].

Более того, в 2021 году Комитетом по развитию туризма Санкт-Петербурга был проведён опрос около тысячи человек из разных регионов Китая с целью выявления предпочтений китайских туристов и сбора мнений по улучшению городской туристской среды. Результат опроса показал, что среди достопримечательностей наибольшую привлекательность для туристов представляют музеи города (48.9%) и театры (32.1%). Также гостей из Китая особо интересуют разнообразные тематические экскурсии и необычные впечатления (50.4%). С учётом известной любознательности китайских путешественников, их внимание могут привлечь как классические, так и новые точки туристского показа, маршруты новой туристской географии Санкт-Петербурга [18].

Символы и образы, воплощённые в современных легендах, в художественных произведениях и в архитектурно-пространственных образах выступают как достопримечательности особого рода. Они являют собой вид семиосферы города – семиотического пространства, заполненного знаками культуры, принадлежащими разным знаковым системам и языкам. Петербург стал местом исключительно интенсивной культурной и интеллектуальной жизни и пространством культурно-семиотических контрастов. Достаточно упомянуть отмечаемый многими исследователями факт: город-утопия Санкт-Петербург превратился в своей мифологии в самый фантастический, фантазмагорический город мира, в котором главным движущим механизмом сюжета является тайна. Используя символы петербургской истории и культуры, академик С. Аверинцев определяет специфику символических образов так: «Категория символа делает акцент на выхождение образа за собственные пределы, на присутствие некоторого смысла, интимно слитого с образом, но ему не тождественного. Переходя в символ, образ становится «прозрачным»; смысл «просвечивает» сквозь него, будучи дан как смысловая глубина, смысловая перспектива, требующая нелёгкого «вхождения» в себя» [19, с. 893]. Именно символизм и культурная составляющая региона, пожалуй, является одним из столпов успешного развития «тёмной» туристской сферы, поскольку символы выступают как узнаваемые, тайные и мистические «символы» города, способные сформировать собственную мифологию дестинации и служить

объектом притяжения как для туристов, так и для коренных жителей города, не отменяя тайну, а делая её более прояснённой, обнаруживая её глубину.

Петербург по праву может считаться городом полным тайн. Так, ещё задолго до расцвета одного из крупнейших течений искусства – символизма, история Санкт-Петербурга, повседневная жизнь и представления горожан были пронизаны мифологическими элементами: исключительную роль в городском фольклоре всегда играли устные рассказы и слухи о необычайных и страшных происшествиях. К примеру, по сей день существует одна из самых известных городских легенд Санкт-Петербурга про судьбу «Башни грифонов» на Васильевском острове, которая связана с неординарной личностью аптекаря Вильгельма Пеля, по слухам, занимавшегося алхимией и пытавшегося превратить ртуть в золото. Однако, большое число легенд, основываются на хрестоматийном и религиозном начале, связывая, к примеру, основание города с увиденным одним из апостолов сиянием в небе, означавшим, что здесь будет возведён царствующий град. Помимо городских легенд, существуют и символы Петербурга, связанные со временем, местом и именем. Так, начало постройки города случилось, когда минуло 7 веков со времени крещения Руси, а 7, тем временем, символическое число земной полноты, завершённости и законченности, между тем, являющееся в Китае символом гармонии всего живого – двух элементов Инь и Янь, и их балансом между пятью элементами природного начала.

Особенно интересно то, что в китайском толковании «тёмный» туризм преимущественно связан с природными явлениями («тёмный» природный туризм), в особенности, с наводнениями, а темой петербургского фольклора долгое время оставались именно они, наводнения, ставшие постоянным кошмаром населения, пророчащем о конце города. Пожалуй, одной из первых стала распространяться легенда о том, что ещё задолго до основания Петербурга жители «этих проклятых болот» никогда не строили прочных жилищ. Едва только вода в Неве начинала подниматься, они мгновенно разбирали лёгкие строения, превращая их в удобные плоты. Забросив на плоты всё имущество, они привязывали его к верхушкам деревьев, а сами спасались на возвышенных местах, дожидаясь, пока вода вернется в свои берега. Первое наводнение случилось в августе 1703 года и это наводнение было страшным, если учесть, что тогда достаточно было сорока сантиметров подъёма воды, чтобы

вся территория Петербурга превратилась в сплошное болото. В глазах многих горожан это был Божий знак и предупреждение [20].

От интереса к природным явлениям внимание фольклора со временем переключается на строительство и архитектуру, на жизнь царского двора, на политические и дворцовые интриги. Создаются целые циклы легенд, благодаря которым, с одной стороны, исторические личности становятся популярными среди обычных людей, а с другой стороны, своё место в истории занимают народные герои. Пожалуй, можно утверждать, что самым распространённым видом «тёмного» туризма, является мистический, который включает в себя посещение не только городов-призраков, заброшенных старинных домов, замков, аномальных зон и мест скопления энергии, а мест, окутанных тайной и легендами [21].

В целом, можно отметить, что историко-культурная составляющая Санкт-Петербурга имеет огромный потенциал для развития «тёмного» туризма в регионе. Согласно Государственной программе Санкт-Петербурга, туристская привлекательность города обусловлена «высокой концентрацией музейно-исторических и культурно-зрелищных объектов, вхождением исторического центра Санкт-Петербурга в список Всемирного наследия ЮНЕСКО» [22]. Это означает, что на базе уже имеющегося потенциала можно точно развивать те области туристской инфраструктуры, которые будут стимулировать нишевые виды туризма, не нарушая при этом сложившуюся в регионе систему.

2.2 Анализ «тёмных» ресурсов города Санкт-Петербург и Северо-Западного федерального округа в частности

Как ранее отмечалось, целью данной выпускной квалификационной работы является анализ существующих возможностей Санкт-Петербурга для создания продуктов «тёмного» туризма, используя существующие объекты туристской и комплиментарной инфраструктуры для граждан КНР. Для этого была проведена систематизация существующих «тёмных» туристических объектов Китая, изучены понятия и представления китайских исследователей о «символизме» и «тёмном туризме», а также проведён метод аналогии для определения существующих потребностей, интересов, проблем и перспектив на рынке «тёмных» туристских услуг Санкт-Петербурга.

Вновь обратимся к «китайскому» определению «тёмного туризма» для выявления взаимодействия между «тёмным российским туризмом» и представлениями китайцев о «китайском тёмном туризме». Для них он является видом туризма, использующим смерть, катастрофу, войну и другие трагические события в качестве туристических достопримечательностей. По мнению китайского исследователя Ду Вэнься, туристы во время «тёмного» тура испытывают острые ощущения, такие как: волнение, сочувствие, жалость и страх. Основными характерными чертами «тёмного» туризма являются [23]:

1. Подлинность;

«Тёмная» туристическая достопримечательность – это историческое наследие, восстановление исторических событий. Подлинная история не может быть искажена или проигнорирована для привлечения туристов и увеличения доходов.

2. Информативность;

Информативность является практической чертой «тёмного» туризма и воплощением ценности его существования, а также отличием «тёмного» туризма от других видов туристической деятельности. Благодаря данному виду туризма люди могут задуматься о последствиях человеческих злодеяний, осознать важность гармоничного сосуществования человека и природы, извлечь уроки для того, чтобы избежать повторения трагической истории.

3. Создание натурального тематического парка;

Реализация «тёмного» туризма требует особого внимания, поскольку каждый «тёмный» туристический продукт имеет свою собственную специфическую тему. Воплощение туристического продукта использует современные высокотехнологичные средства в качестве формы выражения.

4. Специфический личный эмоциональный опыт.

Во время «тёмного» тура туристы получают острые ощущения, которые невозможно испытать в традиционной туристической деятельности.

Ресурсами «тёмного» туризма в КНР считаются природные и гуманитарные объекты. В качестве подобных объектов, в первую очередь, рассматриваются:

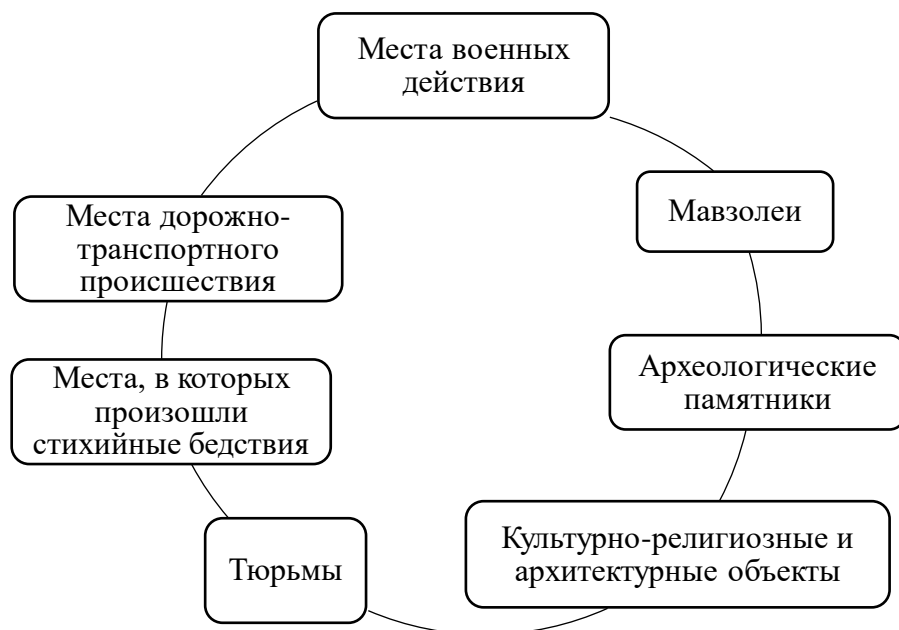


Рисунок 2. Ресурсы «тёмного» туризма в КНР

Принимая во внимание категоризацию и определение «тёмного» туризма в КНР, можно сделать вывод о том, что в Санкт-Петербурге и в Северо-Западном федеральном округе в частности, для туристов из КНР могут быть интересны многие туристские дестинации «тёмного» туризма Санкт-Петербурга. Так, к примеру, «тёмная» инфраструктура Санкт-Петербурга состоит из аттракций, основанных на исторических событиях, исторических личностях, городских легендах и мифах, тюрьмах, а также местах, в которых произошли наводнения. Однако, «тёмная» туристическая сфера Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа очень разнородна, что предоставляет большую вариативность создания конечного туристского продукта, в случае включения природных и гуманитарных объектов в обязательную программу пребывания в городе. Стоит отметить, что природные объекты, упомянутые на китайских веб-сервисах, находятся в основном на территории Республики Карелия и Архангельской области: из всех природных «тёмных» туристских объектов в китайских веб-сетях есть упоминания только о случившихся в Санкт-Петербурге наводнениях и легендах о них. Туристские «тёмные» объекты Северо-Западного федерального округа природного типа представлены в таблице «Ресурсы «тёмного» туризма природного типа Северо-Западного федерального округа» в Приложении 1.

Связь с природой в «тёмных» проектах считается одной из наиболее актуальных тем текущего туристского рынка, во-первых, из-за того, что экологический туризм является одним из приоритетных направлений России, куда входят открытие экологических троп, создание экологических маршрутов, разработка концепций и строительство экологичных средств размещения, во-вторых, потому что развитие устойчивого туризма является одним из столпов успешного функционирования современной туристской сферы и с недавнего времени Китай стремится к первенству в «зеленых технологиях», что порождает интерес китайцев к экологичности и «безвредности» путешествий, а в-третьих, даосское направление китайской философии проповедовало уважение к окружающему миру, гармоничному взаимодействию человека и природы, что находит отражение в китайском символизме.

Анализируя туристическую сферу Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа в частности, особенно в разрезе «тёмного» туризма, в первую очередь, стоит концентрировать внимание на тех местах, которые упомянуты на китайских веб-сервисах и могут сочетать в себе символизм для создания новых туристских предложений. Таким образом, можно делать вывод о том, что в Северо-Западном федеральном округе на данный момент достаточно объектов, которые могли бы удовлетворить растущие потребности туристского рынка, однако на территории Санкт-Петербурга существует нехватка именно «тёмных» объектов природного типа, что в данной ситуации предполагает сочетание посещения культурно-исторических аттракций Петербурга, которые хранят в себе тайну и мистику, а также природные аттракции некоторых регионов Северо-Западного федерального округа.

Объекты религиозного культа, а также архитектурные памятники и просто памятники являются неотъемлемой частью современного «тёмного» туризма Санкт-Петербурга, однако, наибольший интерес представляют места, связанные со смертью. Фестиваль смерти в центре города жизни – этот образ Петербурга является элементом определения настоящего изображения города. Именно символика смерти воплощена, к примеру, в «Сфинксах» Шемякина, которые установлены на берегу Невы (напротив тюрьмы «Кресты») как памятник жертвам политических репрессий в годы сталинизма. Этот символ давно стал символом Петербурга, соединяя образ вечности и смерти. Также к смерти относятся, конечно, кладбища, которых на территории Санкт-Петербурга более семидесяти. Стоит отметить, что для китайцев похоронная культура является неотъемлемой частью собственной истории и многовековой

культуры. Как отмечалось в гл. 1.2, похоронная китайская культура — это не просто погребение умершего, а скорее проявление уважения к усопшему, а также наследование современной «сыновней почтительности» и ответственности. Тем не менее, для китайских туристов посещение российских кладбищ – это, в первую очередь, постижение прекрасного и получение эстетического удовольствия, поскольку, по их мнению, Россия — это страна, полная художественных красок, способная превратить мир мёртвых, который должен был быть безмолвным и пустынным, в музей под открытым небом, демонстрируя ценность жизни и очарование искусства. Так, самое посещаемое китайцами Новодевичье кладбище, расположенное в Москве, кажется им определённой страницей истории, где скульптуры имеют свои особенности, олицетворяя развитие всего русского скульптурного искусства [24]. Что касается петербургских некрополей, то на просторах китайских веб-сервисов существует множество статей китайских тревел-блоггеров, которые описывают город как «圣彼得堡知识分子坟头大赏», что означает «Санкт-Петербург – интеллектуальная могила». К примеру, в одной из статей, автор описывает Санкт-Петербург как место, где похоронены люди, о которых рассказывали на его школьных уроках музыки, танцев, математики и биологии, а следовательно, посещая подобное место, ты отдаёшь дань уважения своим учителям [25]. Петербургские кладбища, перечисленные в китайских социальных сетях и особенно посещаемые китайскими туристами представлены в Приложении 2.

Помимо мест упокоения самыми популярными среди китайцев «тёмными» аттракциями являются 滴血大教堂 Храм Воскресения Христова Спас на Крови и 尤苏波夫宫 Юсуповский дворец. Помимо того, что данные туристические достопримечательности окутаны множеством тайн и легенд, также они являются местами смерти и убийства. Что особенно поражает китайских туристов – это сочетание красоты, роскошной дворцовой архитектуры с жестокостью и безжалостностью. К тому же, Санкт-Петербургский Юсуповский дворец занял двадцать девятое место в рейтинге мировых направлений «тёмного» туризма по версии американского онлайн-журнала и туристической компании «Atlas Obscura» [26]. Помимо указанных достопримечательностей, автором в Приложении 3 предложен список «тёмных» объектов Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа, которые могут быть, как объединены с «классической» программой посещения Санкт-Петербурга, так и в самостоятельный «тёмный» туристский маршрут. Таким образом, религиозные институты

и архитектурные памятники могут позволить взглянуть на историю территории под кардинально новым углом.

Основываясь на гл. 1.3, следующими интересующими туристическими объектами «тёмного» туризма для граждан КНР будут останки прошлого, или руины. Данные «достопримечательности» иностранные исследователи определяют как неэффективные территории, поскольку произошедшие на них события оставили значительный негативный отпечаток, разрушив привычный уклад жизни местного населения [27]. Случившиеся события или ряд событий влияют на восприятие этих территорий местными жителями и туристами, оказывая отталкивающее воздействие и на тех, и на других, что приводит к значительному ухудшению уровня жизни и экономическому упадку данных территорий. Однако данные территории для местных жителей и для туристов могут выполнять разные социокультурные функции. Для горожан руины могут выступать как катастрофическое место ужасной трагедии, составлять основу городской мифологии, участвовать в формировании имиджа города и в его репрезентации среди других городов, исполняя функцию исторической памяти, связывая разные поколения жителей города и вызывая чувство патриотизма. Для туристов развалины являются предметом интереса и получения новых знаний, создают настроение, остаются в памяти как узнаваемые образы, связанные с той или иной территорией. Тем не менее, такого рода территории обладают всё же негативным имиджем, хоть и являясь частью культурного наследия данных территорий. Так, в китайских социальных сетях китайские пользователи затрагивают лишь несколько российских объектов, характеризующих сосуществование человека и руин в условиях городского пространства. Наибольший интерес для них представляет возможность сфотографироваться на фоне разрушенной территории, представляя себя героем апокалиптического блокбастера, застыть в «капсуле времени», очутившись на малолюдной территории, а также с любовью вспоминать ушедшее время. В Приложении 4 приведены самые известные среди китайцев российские руины, которые превратились в туристические достопримечательности.

Потребность в расширении спектра туристских услуг существует с китайской стороны – согласно замечанию Александра Львова, члена Совета «Мира без границ», одним из направлений развития российско-китайского сотрудничества в сфере туризма является совместная разработка нового турпродукта, поскольку существующие предложения слишком

похожи между собой (это касается и российских, и китайских турпродуктов), такой турпродукт перестает интересовать потенциальных туристов, и китайские туроператоры вынуждены демпинговать цены для «выживания» на конкурентном рынке. Также, по мнению основателя проекта «Серый Мокко» Фан Фэя для притяжения китайских туристов нужно пристально оценивать уникальные туристические места, к примеру те, которые входят в понятие «самые-самые» в мире. Он считает, что «для увеличения китайского въездного туристического потока в Россию нужно находить или создавать «самые-самые» места, активно продвигать их в социальных сетях, привлекать популярных китайских блогеров и поддерживать температуру заинтересованности среди китайцев» [28].

Таким образом, китайских туристов, интересующихся «тёмным» туризмом, может привлечь улица Репина в Санкт-Петербурге. Она является не только «самой-самой» узкой улицей в городе, ширина которой всего лишь 5,6 метров, но и одним из самых мрачных мест, получившей прозвище среди жителей «улица мёртвых». Данное прозвище улица получила по той причине, что на ней располагался морг, в который во время блокады Ленинграда свозили трупы со всего города. Ленинградская блокада – это символ беспредельного нашествия смерти, который постепенно забирает остатки жизненности. Жизнь в конечном итоге победила, но цена этой победы была поистине ценой смерти. В блокадном ужасе произошло удивительно точное воспроизводства образа «смертной жизни», так характерного для исторической и культурной судьбы Петербурга [29]. В настоящее время на улице Репина не сохранилось ничего о своей трагической истории, однако, вокруг неё сложилось множество мистических историй. Примечателен тот факт, что на соседней улице проживала семья Савичевых, которая известна девочкой Таней, оставившей в своём дневнике фразу «Умерли все. Осталась одна Таня». Сейчас на соседней 2-й линии Васильевского острова располагается мемориальная доска с надписью «В этом доме Таня Савичева написала блокадный дневник».

Ситуация с демпингом цен на туристские продукты даёт толчок расширению новых турпродуктов, выходящих за рамки привычных программ, наполнение которых варьируется лишь незначительно. В качестве возможных вариантов развития нового турпродукта для китайских туристов можно предложить интеграцию в новые программы тех видов туризма, которые ориентированы на молодёжь и «нишевый» рынок – например, элементы культурно-познавательного туризма, «тёмного» туризма и активного туризма.

Основными «тёмными» ресурсами Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа в частности, всё же будут – мистические сюжеты в городском фольклоре. Средствами фольклора в особенности являются сны и сновидения, колдовская мистика чисел, их необъяснимая магия, роковые свойств цифровых знаков и таинственные совпадения, связанные с ними, а также целый ряд легенд и преданий о знамениях астрального или божественного характера. Традиционно сложившееся устойчивое представление о Петербурге как о городе, полном призраков и приведений, которые прогуливаются по замкам и кадетским корпусам Васильевского округа – множество. Также в главе 2.1 уже упоминалось несколько главных «тёмных природных» легенд и мифов, связанных с наводнениями, однако, стоит ориентироваться на те, которые всё же интересны китайским туристам. Имеет смысл уточнить, что граждан КНР привлекает не сколько рассказанная легенда или история, а то, что в каком-то виде запечатлено на видео, упомянуто в социальных сетях и выдано за правду, иными словами, то, что можно увидеть и услышать.

Самой популярной и загадочной тайной для китайских Интернет-пользователей является радиостанция УВБ-76, расположенная по последним данным в Санкт-Петербурге. По данным статистики запросов поисковой системы на китайском языке «Baidu» найдено около 3 230 000 релевантных результатов по запросу «UVB-76», если добавить к названию слово «Россия», то похожих результатов в поиске будет 117 000, а если добавить слово «Санкт-Петербург», то 11 800. В одной из китайских интернет-статей УВБ-76 описана как таинственная российская радиостанция, которая посылает странные сигналы на протяжении 47 лет. Самым удивительным фактом является то, что данная статья имеет более 170-ти комментариев!

Следующими «тёмными» и шокирующими для китайцев местами являются те, где произошли неразгаданные смерти. К примеру, по данным статистики запросов поисковой системы на китайском языке «Baidu» найдено около 13 600 релевантных результатов по запросу «克洛科夫的尸体全身», что означает «Тело Клокова». Александр Клоков – это человек, который погиб загадочной смертью в безлюдном заболоченном лесу, в котором, по мнению китайцев, происходит множество причудливых событий. Однако, по данным российских Интернет-источников, событие с Клоковым произошло в 2001 году, а по данным китайских Интернет-источников – в 1993 году.

Восьмым чудом света и загадочным местом для китайцев также является Янтарная комната. Из разграбленного Екатерининского дворца бесследно исчезла уникальная Янтарная комната. По свидетельству всех, кто её видел, она производила неизгладимое впечатление, успешно соперничая с позолотой, живописью и драгоценными камнями в интерьерах дворца. Однако, последний раз её видели в 1941 году, а в 1942-м её передали Кенигсбергу, где, по одной из легенд, спрятали в подземном авиационном заводе. Также ходили слухи о том, что немецкие военные затопили Янтарную комнату в одном из многочисленных лесных озер, а также затопили вместе с авиационным заводом.

Оставшимися любопытными для китайских туристов покрытыми тайной «тёмными» туристскими территориями являются подземелья. Тайна петербургского подземелья – это одна из легенд и преданий Санкт-Петербурга. В китайских Интернет-источниках есть упоминания о петербургском метрополитене, секретных сооружениях военного назначения, потайных ходах, бункерах и местах, которые хранят найденный клад. Петербургские подземелья, перечисленные в китайских социальных сетях и особенно желаемые посетить китайскими туристами представлены в Приложении 5.

На основании вышеописанного можно сделать вывод о том, что в Санкт-Петербурге, а также в Северо-Западном федеральном округе в целом богатый туристский потенциал и большое наличие «тёмных» ресурсов, которые могут удовлетворить туристские потребности граждан Китайской Народной Республики.

2.3 Анализ «тёмных» предложений на рынке туристических услуг Санкт-Петербурга и КНР

В рамках данной исследовательской работы автор собирается обратиться к методам сбора и анализа данных, характерных для прикладных исследований рынка, которые в полной мере позволят изучить поставленный исследовательский вопрос.

В первую очередь следует проанализировать туристические предложения рынка Китайской Народной Республики, направленные на посещение внутренних дестинаций, а также города Санкт Петербург. Следующим этапом исследования является анализ восприятия «тёмных» туристических мест Санкт-Петербурга с помощью метода аналогии с целью выявления основных «маркеров» ассоциативности территории и заинтересованности в её посещении. В процессе данного этапа будет изучено крупнейшее туристическое онлайн-

агентство Китая, на котором будут отобраны туры по КНР и Санкт-Петербургу, сочетающие в себе «тёмную» тематику.

На основе представленных туристических продуктов и отзывов, оставленных путешественниками, можно будет составить портрет туриста, интересующегося «тёмным» туризмом, а также в процессе данного анализа могут быть выделены «западающие» области, которые влияют на развитие «тёмного» туризма как в Санкт-Петербурге, так и в КНР.

На последнем этапе исследования следует провести SWOT-анализ «тёмного» туризма, в ходе которого будут выявлены сильные стороны, угрозы, возможности и слабости его развития.

В процессе исследования было проанализировано несколько экскурсий и туров в Санкт-Петербурге, реализуемые Санкт-Петербургскими туристическими фирмами. Стоимость туров варьировалась в диапазоне от 1500 рублей до 35000 рублей за взрослого человека. В ходе анализа были определены ключевые критерии: предоставляемые услуги, входящие в стоимость базового тура, наличие «тёмных» объектов посещения на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области, а также длительность тура.

Таблица 7. Предложения туров и экскурсий по Санкт-Петербургу [составлено автором]

Наименование	«Тёмные» объекты посещения	Длительность
Экскурсия в крепость «Орешек»	Музей-заповедник "Прорыв блокады Ленинграда" Памятник защитникам крепости "Орешек"	5,30 часов
Тур «Большое путешествие в Петербург»	Юсуповский дворец Посещение шоу «Одержимый Петербург» Екатерининский дворец (Янтарная комната) Петропавловская крепость Михайловский дворец	12 дней

Мифы и тайны Петербурга Загадочный Петербург	«Достопримечательности, овеянные магическим флёром»	3 часа
Обзорная экскурсия по Смольному с посещением бункера Жданова	Бункер Жданова	2 часа
По Семеновскому плацу	Пионерская площадь	1,5 часа
Григорий Распутин - Святой чёрт	Адреса Григория Распутина (квартира, место убийства)	3,5 часа
Блокадный Ленинград	Блокадный храм Дом Тани Савичевой Пискарёвское Мемориальное Кладбище	4 часа
По Дороге Жизни	Пискарёвское Мемориальное Кладбище Музей «Дорога Жизни» Разорванное кольцо	9 часов
Прогулка вокруг Алекса́ндро-Невской Лавры	Никольское, Лазаревское и Тихвинское кладбища	2 часа
Новая жизнь старых зданий	Обводный канал Красный треугольник	3 дня
Серебряный век в Петербурге. Избранное	Смоленское кладбище	2 дня
Петербург в деталях	Аптека доктора Пеля Улица Репина	3 дня
Петербург не для всех	Тюрьма «Кресты» Дамба и Комплекс защитных сооружений от наводнений Юсуповский дворец	3 дня

Также были проанализированы экскурсии, проводимые местными жителями для туристов. Как правило, это однодневные маршруты, объединённые определённой тематикой. Такие экскурсии длятся 2-4 часа и проводятся для небольшой группы от 2 до 10 человек. При поиске и анализе существующих предложений на рынке были определены следующие Интернет-ресурсы, на которых есть варианты экскурсий с вовлечением «тёмных» объектов:

1. Хорошо-Там — энциклопедия самостоятельного туриста. На сайте представлено несколько авторских туров, в программе которых предусмотрено посещение непарадных, нетуристических и «страшных» мест. К примеру, в экскурсии «Страшные истории Петербурга» местный гид расскажет о городских мифах, связанных с призраком в Михайловском замке, Пиковой Даме и ожившем Медном всаднике [30].
2. Sputnik — сайт для бронирования тематических экскурсий по всему миру. Среди петербургских экскурсий по мрачным местам Петербурга выделяется экскурсия «Прогулки в прошлое - заброшенный завод «Самсон»» [31]. Стоит, однако, заметить, что на данный момент экскурсия не проводится. Экскурсия проводилась на русском языке, и включала рассказ гида о том, как началась история самого большого завода Советского Союза и как она закончилась непривлекательными руинами.

Таким образом, согласно проанализированным данным туристического «тёмного» рынка Санкт-Петербурга, наблюдаются следующие тенденции:

1. Предложение туров и экскурсий с вовлечением «тёмных» аттракций в Петербурге на данный момент весьма ограничено. Возможно, это связано с тем, что «тёмный» туризм в целом непопулярен среди жителей и гостей города, а также в России существует табуированность темы смерти и посещения кладбищ в туристических целях.
2. Программа 90% туров составляет классическую систему посещения традиционных достопримечательностей Санкт-Петербурга без посещения «тёмных» культурных объектов. В остальных турах предлагается либо тематическое экскурсионное обслуживание, направленное на освещение объектов, связанных, к примеру, с дворцами и усадьбами известных исторических личностей или посещение объектов, относящихся к, так называемой, «Новой географии Петербурга», включающей современные креативные кластеры.

3. Ни в одной из изучаемых туристических фирм не было предложено полноценного «тёмного» тура.

На основе представленных данных можно сделать вывод о том, что большинство современных туристских продуктов, предлагаемых гостям Санкт-Петербурга, предполагает традиционную схему посещения основных достопримечательностей и музеев с экскурсоводом. В рамках изученных программ становится очевидно, что положение дел можно охарактеризовать исключительно культурно-познавательным туризмом, но никак не связанным полностью с «тёмным» туризмом.

Однако необходимо отметить, что только один туристический оператор имеет полноценный список экскурсий, направленных на «тёмную» сторону Санкт-Петербурга. В его каталоге туристических продуктов представлены экскурсии, связанные с блокадой Ленинграда и военной тематикой, а также туры для тех, кто посещает Петербург не в первый раз [32]. В свою очередь данный факт говорит о том, что туристические фирмы готовы рассматривать новые идеи и имеют возможность и ресурсы создания уникальных предложений.

Также важно отметить, что на главном туристском портале Санкт-Петербурга Visit Petersburg, выделяющим тематический туризм нет «тёмного» туризма, а также не выделяется отдельная категория «тёмного» туризма в рамках культурно-познавательного туризма. Безусловно, подобное ограничение может быть связано с относительной табуированностью и малоизвестностью данного направления туризма. Что касается китайских туристов, то генеральный директор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин заявил о том, что «после пандемии появится небольшой рост спроса на нишевые виды туризма», а также «китайские туристы едут в то или иное место на раскрученные бренды, поэтому их нужно создавать и активно популяризировать в самом Китае» [33].

Проанализируем турпродукты, размещённые на крупнейшем китайском туристическом сайте. Что касается туров в Санкт-Петербург, то на данный момент на сайте по продаже туров Strip (携程) нет ни одного тура в целом по России. Скорее всего это связано с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой в связи с новой коронавирусной инфекцией COVID-19, а также с закрытыми границами. Однако, на данный момент есть возможность исследовать отзывы китайских путешественников на достопримечательности, которые необходимо посетить при поездке в Санкт-Петербург [34]. Автором, среди всех достопримечательностей,

представленных на сайте онлайн-агентства выделены те, которые в гл. 2.2 отмечены с «тёмной» стороны. Некоторые отзывы китайских Интернет-пользователей на «тёмные» достопримечательности Санкт-Петербурга представлены в Приложении 6.

В целом, исследовав сайт по продаже туров Strip (携程) можно сделать вывод о том, что отзывы китайских путешественников оставлены только на классических достопримечательностях Санкт-Петербурга. Те аттракции, которые можно полностью отнести к «тёмным» представлены на сайте, впрочем, на них нет ни одного отзыва. Стоит отметить, что в основном в китайской сети Интернет имеются статьи на «тёмные, неисследованные, таинственные и загадочные» места Санкт-Петербурга, однако данные полноценные туры и экскурсии отсутствуют. По мнению автора, подобная тенденция существует по тому, что все туристические продукты направлены на массового туриста, желающего посетить Россию и Санкт-Петербург, в частности, в первый раз, а тематические туры, включающие «тёмную» составляющую, будут интересны тем туристам, которые насытились классическими экскурсиями и объектами показа.

Что касается китайского внутреннего рынка «тёмных» туристических продуктов, то можно сказать, что он в основном представлен турами, имеющими «тёмные» объекты показа. К примеру, такие как: мавзолеи и гробницы, города-призраки, руины, кладбища, а также места, хранящие в себе какую-либо легенду. Рассмотрим таблицу 9 для анализа туров, реализуемые китайскими туристическими фирмами.

Таблица 9. Предложения туров и экскурсий по КНР [составлена автором на основе информации в китайских онлайн-агентствах]

Наименование	«Тёмные» объекты посещения	Длительность
Наньчан + терем Тэнван 南昌+滕王阁	гробница Хайхунхоу 海昏侯墓	3 дня
Таншань 唐山	Мемориальный парк землетрясения в Таншане 唐山地震遗址纪念公园	3 дня

Музей Мавзолея Цинь Шихуан + Дворец Хуацин + Лишань	Мавзолей первого императора Цинь 秦始皇陵	1 день
Город-призрак Фэнду 丰都鬼城名山景区	Город-призрак Фэнду, легенды о городе	1 день
Синьцзян Урумчи + Древний город Лоулань + Лоб Нур + Дорога Дахай + Пустыня Кумтаг	Руины древнего города Лоулань 樓蘭 Кладбище Сяохэ 小河墓地	10 дней
Чанбайшань 長白山地	Тайна озера Тяньчи Легенда о Бронзовых воротах	1 день

Согласно таблице, все туры вновь являются продуктом культурно-познавательного, а также природного туризма, где путешественники посещают известнейшие достопримечательности определённых регионов Китая. Скорее всего это происходит по тому, что в китайском видении мира наибольший акцент делается на места, связанные со взаимодействием человека и природы. Стоит отметить тот факт, что на сайте по продаже туров Strip (携程) имеется один полноценный «тёмный» тур с военной тематикой, предлагающий отправиться в Бельгию и Люксембург. Туристам предложено посетить поля сражений на границе между Бельгией и Люксембургом, узнать историю об Арденнской операции Второй мировой войны, навестить американское кладбище, на котором похоронен генерал Джордж Смит Паттон и зайти в Бастонский военный музей. Данный тур помечен на сайте как «новый» и у него нет ни одного отзыва [35].

Согласно проанализированным данным туристического «тёмного» рынка Китая, наблюдаются следующие тенденции:

1. «Тёмный» туризм направлен на тех путешественников, которые посещают выбранную дестинацию не в первый раз, поскольку ими уже осмотрены основные традиционные достопримечательности;

2. «Тёмный» туризм – это один из видов нишевого туризма, в котором существует определённый круг людей, единомышленников, едущих за тем, что они любят, китайские туристы не являются исключением в этом плане;
3. По причине того, что «тёмный» туризм является тематическим и нишевым туризмом, в данном случае путешествие в больших туристических группах становится затруднительным. Более приемлемым вариантом является самостоятельный туризм или туризм в составе малочисленных групп с персонализированными или полуперсонализированными программами.
4. Исследуя отзывы туристов на достопримечательности Санкт-Петербурга, можно отметить тот факт, что китайские путешественники, посещая объекты туристического показа получают исключительно эстетическое наслаждение, а не интересуются ими с историко-событийной точки зрения.

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что «тёмный» туризм – это сложное и не до конца изученное понятие, которое может трактоваться с разных сторон. Относясь одновременно к нескольким видам туризма, «тёмный» туризм испытывает трудности с получением статистики по числу въездных и выездных поездок граждан с мотивом посещения исключительно «тёмных» объектов показа, а также с определением полноценного портрета потенциального туриста данного нишевого вида туризма.

2.4 Проблемы и перспективы рынка «тёмного» туризма КНР и Санкт-Петербурга

На основе метода аналогии, использованного при анализе «тёмного» туристического рынка Санкт-Петербурга и Китая был проведён SWOT-анализ, в ходе которого были выявлены сильные стороны, угрозы, возможности и слабости развития «тёмного» туризма на данных территориях. К сильным сторонам относятся преимущества развития «тёмного» туризма, которые являются движущими силами реализации данного вида туризма, а также аспекты и характеристики «тёмного» туризма, которые дают преимущество перед другими видами. К слабостям развития относятся недостатки в развитии туризма, а также факторы, наличие которых ставят «тёмный» туризм в невыгодное положение по сравнению с другими видами туризма. К возможностям относятся перспективы для улучшения «тёмного» туризма, а к угрозам – факторы, влияющие на внутреннюю и внешнюю среду, которые могут создать

проблемы для функционирования «тёмного» туристического объекта или оказания услуг туристам. Подробный анализ индустрии «тёмного» туризма Китайской Народной Республики расположен в Таблице 10.

Согласно таблице, наиболее сильными сторонами в индустрии «тёмного» туризма КНР является ориентация на чувства и эмоции путешественников. Важно, чтобы при посещении определённых достопримечательностей людей охватывали эмоции на подобии: печали, ужаса, трепета, жалости, чувства ответственности, чувства справедливости и так далее. Китайские граждане считают, что ритм современной жизни легко заставляет людей чувствовать себя однообразными и скучными, а утомительная нагрузка на работе и учёбе консервирует усталость. Наиболее сильной стороной «тёмного» туризма в данном случае является обеспечение психического здоровья людей и высвобождение от стресса, ослабляя давление от внешних факторов. Поскольку в КНР сильная приверженность Коммунистической партии Китая, что неразрывно связано с символизмом, китайские граждане осознают страдания, выпавшие на долю страны и имеют более настойчивое желание укрепить её «героическое лицо». Так, временные трудности в жизни и на работе почти полностью заменяются этим сильным чувством. Эмоциональное удовлетворение, получаемое с помощью особых впечатлений, полученных в процессе «тёмного» туризма, не меньше, чем удовлетворение, приносимое классическим экскурсионным туризмом.

Таблица 10. SWOT-анализ индустрии «тёмного» туризма в КНР

	Возможности	Угрозы
	1. Создание модели и получение опыта в развитии «тёмного» туризма; 2. Диверсификация туристического спроса; 3. «Тёмный» туризм может быть использован в качестве дополнения к другим видам туризма для	1. Наличие других туристических достопримечательностей на определённых территориях; 2. Каждый объект «тёмного» туризма должен учитывать психологическое состояние туриста и его возраст, поэтому «тёмный» туризм не может стать долгосрочным и регулярным туристическим направлением;

	реализации, к примеру, образовательной функции туризма.	3. Неясность спроса на «тёмный» туризм порождает спрос на посещение традиционных туристических мест.
<p>Сильные стороны</p> <p>1. «Тёмный» туризм помогает удовлетворить сильное любопытство людей;</p> <p>2. «Тёмный» туризм удовлетворяет особые эмоциональные потребности людей: снятие стресса и выразить свои чувства;</p> <p>3. «Тёмный» туризм позволяет удовлетворить потребность людей в безопасности: посещение «тёмных» мест способно продемонстрировать причины и опасности бедствий и катастроф, а также методы и меры для избежания будущих катастроф;</p> <p>4. «Тёмный» туризм способствует</p>	<p>1. До тех пор, пока «тёмный» туризм находится в процессе развития, отвечает потребностям рынка и имеет особые характеристики, он может дополнять другие туристические продукты и покажет себя на туристическом рынке;</p> <p>2. Включение в классические туры «тёмных» объектов показа.</p>	<p>1. Дополнительная реклама существующих в регионе памятников культуры для развития туристической сферы.</p>

<p>формированию личной морали и нравственного воспитания;</p> <p>5. Повышение осведомлённости об охране окружающей среды: «тёмный» туризм представляет проблему стихийных бедствий туристам для того, чтобы они имели чёткое представление о причинах, процессах, результатах и последствиях стихийных бедствий.</p>		
<p>Слабые стороны</p> <p>1. Отсутствие информации о продукте и потреблении «тёмного» туризма;</p> <p>2. Малое количество «тёмных» достопримечательностей на туристическом рынке;</p> <p>3. Рынок туристических услуг в целом находится в условиях жёсткой конкуренции, что</p>	<p>1. Необходимость в формировании осуществимой, уникальной и эффективной маркетинговой стратегии для популяризации «тёмного» туризма.</p>	<p>1. Демонстрирование «тёмным» туризмом противоречивого смысла, что способно привести к негативным последствиям;</p> <p>2. Жёсткая конкуренция туристических продуктов сделала их в основном ориентированными на расширение доли рынка и увеличение прибыли.</p>

говорит о некоторых видах туризма как о монополистах на территории.		
---	--	--

В следующей Таблице 11 представлен SWOT-анализ индустрии «тёмного» туризма Санкт-Петербурга с целью выявления существующих в регионе проблем, препятствующих развитию данного вида туризма, а также факторов, представляющих собой возможности для формирования на территории устойчивого туристского кластера, нацеленного на «тёмный» туризм. При проведении SWOT-анализа были приняты во внимание проблемы, актуальные на период проведения исследования и оказывающие влияние, как на развитие индустрии туризма, так и на отдельные её составляющие.

Таблица 11. SWOT-анализ индустрии «тёмного» туризма в Санкт-Петербурге

	Возможности	Угрозы
	1. Привлечение зарубежных туристов ввиду популярности «тёмного» туризма в Европе и благодаря протяжённой границе со странами Прибалтики; 2. Включение «тёмного» туризма в список приоритетных направлений развития туризма в Санкт-Петербурге со стороны городского мистического фольклора; 3. Создание бренда территории и грамотной пиар-кампании с упором на городской фольклор;	1. Снижение уровня жизни населения; 2. Обострение разногласий из-за этичности посещения «тёмных» территорий; 3. Отсутствие интереса к «тёмному» туризму в связи с развитием традиционных видов отдыха; 4. Табуированное отношение к смерти и посещению кладбищ в туристических целях; 5. Привлечение крупных турпотоков может способствовать ухудшению экологической ситуации.

	<p>4. Возможность использования «тёмных» мест, превращая их в музейные комплексы, цель которых – работа с коллективной памятью;</p> <p>5. Сочетание классических туров с «тёмной» тематикой, включая также интерактивные форматы экскурсий.</p>	
<p>Сильные стороны</p> <p>1. Огромный потенциал Санкт-Петербурга в связи с богатым культурно-историческим наследием;</p> <p>2. Наличие устойчивого мистического городского фольклора;</p> <p>3. Свободный доступ к посещению множеству «тёмных» дестинаций;</p> <p>4. Включение Юсуповского дворца в топ-50 достопримечательностей и направлений «тёмного» туризма по версии портала Atlas Obscura.</p>	<p>1. Использование традиционных культурно-исторических аттракций как рекламных брендов для привлечения туристов не только из России, но и из-за рубежа (с применением рекламы на иностранных языках);</p> <p>2. Включение в классические туры «тёмных» объектов показа;</p> <p>3. Разработка программы развития «тёмного» туризма в рамках одного из приоритетных направлений туризма в Санкт-Петербурге.</p>	<p>1. Популяризация разговоров о смерти, снятие с данной темы табуированности;</p> <p>2. Дополнительная реклама существующих в регионе памятников культуры для развития туристской сферы;</p> <p>3. Привлечение инвестиций в туристическую сферу, что в долгосрочной перспективе может положительно повлиять на уровень жизни населения.</p>

<p style="text-align: center;">Слабые стороны</p> <p>1. Отсутствие официального портала «тёмного» на русском языке;</p> <p>2. Слабая информированность населения о данном виде туризма;</p> <p>3. Отсутствие заинтересованности в данном виде туризма со стороны туристической индустрии;</p> <p>4. Нет полноценного «тёмного» туристического продукта на туристическом рынке Санкт-Петербурга;</p> <p>5. Малая доступность китайского языка в объектах туристской инфраструктуры, что вынуждает обращаться к услугам профессиональных переводчиков, повышая затраты на переводческие услуги.</p>	<p>1. Повышение заинтересованности частных лиц в создании частных музеев/различных дестинаций, связанных с «тёмным» туризмом;</p> <p>2. При включении тёмного туризма в список приоритетных видов туризма обеспечить сотрудничество турфирм с «тёмными» территориями, тем самым повышая информирования населения о данном виде туризма.</p>	<p>1. Рекламирование региона с акцентом на мистическую направленность, тем самым привлекая внимание туристов;</p> <p>2. Привлечение инвестиций и частных лиц для создания курсов определенной «тёмной» тематики в сети Интернет, для увеличения информированности населения о «тёмных» территориях.</p>
--	---	---

Согласно вышеприведенной таблице, «тёмный» туризм недостаточно развит на

территории Санкт-Петербурга ввиду слабой осведомленности населения о данном виде туризма, наличия морально-этических норм, устоявшихся в обществе по отношению к кладбищам, местам трагедий и прочим «тёмным» территориям, а также отсутствия подходящей материально-технической базы. Однако «тёмная» составляющая Санкт-Петербурга имеет огромный потенциал: отчасти потому, что на территории региона возможна популяризация нескольких «тёмных» направленностей, что позволяет учитывать потребности туристов, диверсифицировать туристические продукты и расширять доступные предложения.

В целом, несмотря на ограниченность времени исследования и нехватке информации конкретно о «тёмном» туризме, то данная работа заставляет задуматься о использовании метода PEST, проанализировав развитие «тёмного» туризма с учётом политических, экономических, социальных и технологических факторов, а также выработать соответствующие рекомендации. В проведённом PEST-анализе «тёмного» туризма в КНР (Таблица 12) степень влияния факторов оценена по шкале от 1 до 3, где 1 – наименее слабое влияние, 3 – наиболее сильное влияние; оценка степени влияния факторов, данная экспертами, представлена по шкале от 1 до 5, где 1 – наиболее незначительное влияние, 3 – влияние, оказываемое на отдельные отрасли, но не всю индустрию туризма в целом, 5 – наиболее сильное влияние, затрагивающее всю индустрию туризма в регионе.

Таблица 12. PEST-анализ «тёмного» туризма в КНР

Описание фактора	Влияние фактора (1-минимальное значение, 3 – максимальное значение)	Экспертная оценка (1- минимальное значение, 5 – максимальное значение)	Средняя вероятность изменения
Политические факторы			
Международная и внутренняя политическая обстановка	3	5	15,0
Поощрение развития туризма со стороны Китайского правительства. Закон КНР от 25 апреля 2013 года	3	5	15,0

гарантирует и регулирует развитие туризма на законодательном уровне			
Итого			30,0
Экономические факторы			
Развитие социалистической рыночной экономической системы с общественной собственностью	3	5	15,0
Развитие многих форм собственности	2	4	8,0
Итого			23,0
Социально-культурные факторы			
Демографическая среда Постоянный рост численности населения	3	5	15,0
Ускорение урбанизации	3	3	9,0
Увеличение национального дохода	3	5	15,0
Культурный фон и ценностная концепция «Пройти десять тысяч ли лучше, чем прочесть десять тысяч книг»	3	5	15,0
Итого			54,0
Технологические факторы			
Демонстрация «тёмных» туристических продуктов с использованием метода 3D	1	3	3,0
Ремонт и восстановление «тёмных» туристических продуктов с использованием молекулярной технологии	1	2	2,0
Итого			5,0

Согласно проведённому PEST-анализу, наиболее сильное влияние на «тёмную» туристскую индустрию КНР оказывают социально-культурные факторы. Однако, для развития «тёмного» туризма в КНР автором предложены следующие рекомендации:

1. Лидерство в государственном управлении и помощь туристическому рынку;

«Тёмный» туризм как вид особой формы путешествия характеризуется высокой чувствительностью и риском. Правительству необходимо обеспечить подходящую политику развития и рыночную среду, а также укрепить транспортную инфраструктуру для развития «тёмного» туризма.

2. Расширение производственной цепочки и придание важности сочетанию туристских ресурсов;

С развитием индустрии туризма классические туристические продукты и бюджетная туристическая производственная цепочка становятся неподходящими для потребностей развития туризма. Для разработки «тёмных» туристических продуктов необходимо расширить производственную цепочку, придать большее значение сочетанию туристических ресурсов и комбинировать различные спецификации и типы туристических продуктов для удовлетворения потребностей туристов.

3. Улучшение качества и придание важности «тёмной» деятельности в сфере туризма;

Неправильное освоение ресурсов «тёмного» туризма может подвергнуть местных жителей некоторому психологическому давлению и эмоциональной травме. И правительство, и туристические застройщики должны учитывать психологическое восприятие местных жителей, терпеливо общаться, помогать им мысленно принимать «тёмный» туризм, а также объяснять его преимущества для государства. Помимо «заботы» о местных жителях необходимо создать высококачественный дизайн продукта и обслуживания, поскольку «тёмный» продукт является исключительно уникальным продуктом.

4. Придание важности участию и опыту с помощью высоких достижений науки и техники.

При развитии «тёмного» туризма рекомендуется в полной мере использовать преимущества науки и техники. Задействовать моделирование стихийных бедствий и

предлагать туристам визуальные и звуковые материалы для того, чтобы создать эффект личного присутствия, а также оказать образовательное воздействие и стимулировать туристов осознать ценность жизни и свободы.

Также необходимо проанализировать факторы, влияющие на состояние индустрии «тёмного» туризма в России на данный период времени. В проведённом PEST-анализе (Таблица 13) степень влияния факторов оценена таким же образом, как и в Таблице 12 для «тёмного» туризма в КНР.

Таблица 13. PEST-анализ «тёмного» туризма в России

Описание фактора	Влияние фактора (1-минимальное значение, 3 – максимальное значение)	Экспертная оценка (1- минимальное значение, 5 – максимальное значение)	Средняя вероятность изменения
Политические факторы			
Поддержка туристской сферы правительством	2	4	8,0
Коррупция и бюрократия в частных дестинациях «тёмного» туризма и государственных кладбищах (запреты на посещение и проч.)	3	2	6,0
Закрытие границ с иностранными государствами в виду эпидемии COVID-19	3	4	12,0
Итого			26,0
Экономические факторы			
Уровень безработицы	3	4	12,0
Выделение крупных частных инвестиций для поддержки «тёмных» территорий	3	3	9,0

Стабильное увеличение турпотока	2	3	6,0
Итого			27,0
Социально-культурные факторы			
Ограничение передвижений населения ввиду эпидемии	2	2	4,0
Моральные и этические нормы	3	5	15,0
Религиозные нормы	3	3	9,0
Итого			28,0
Технологические факторы			
Возможность выбора тура через интернет	2	3	6,0
Наличие официального туристского портала с информацией о «тёмном» туризме	1	2	2,0
Проведение маркетинговой кампании в сети интернет, направленной на осведомленность граждан о «тёмном» туризме	3	5	15,0
Итого			23,0

Согласно проведённому PEST-анализу, наиболее сильное влияние на туристскую индустрию региона оказывают социально-культурные факторы, поскольку на данный момент существует скептическое отношение российского населения к посещению территорий, на которых произошли трагические события.

Конечно, основная проблема «тёмного» туризма заключается в том, насколько этично посещать подобные места в туристических целях. В первую очередь, необходимо осведомлять туристов о правилах поведения в «тёмных» местах, поскольку немало туристов воспринимает такие экскурсии как развлечение и фотографируются на фоне мест гибели сотен людей.

Также, не менее важными являются экономические факторы, которые базируются на финансировании и инвестировании в «тёмную» туристскую индустрию, которая сама по себе является достаточно экономически бедной отраслью, однако, через несколько лет может

занять в экономике России важное место. Влияние политических и правовых факторов обусловлено преимущественно недостаточной поддержкой «тёмного» туризма со стороны государства.

Несмотря на проблемы и недостатки, Россия и КНР обладают туристическим потенциалом, достаточным для развития «тёмного» туризма.

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ТУРПРОДУКТА ПО САНКТ-ПЕТЕРБУРГУ

3.1. Разработка турпродукта с вовлечением мистических сюжетов города

Рассматривая результаты проведённого метода аналогий, а также имеющиеся перспективы развития «тёмного» туризма на территории Санкт-Петербурга, можно сделать вывод о том, что разработка «тёмного» туристического продукта с упором на мистическую составляющую является рациональным. Обратимся к общей характеристике предлагаемого туристического продукта с вовлечением мистических сюжетов города Санкт-Петербург, который называется «Мистические символы Петербурга» (на китайском языке турпродукт будет иметь название 圣彼得堡的神秘象征, где 圣彼得堡的 – Санкт-Петербургский, 神秘 – таинственный; загадочный; мистический, а 象征 – символ).

Цель создания нового туристического продукта: вовлечение мистических сюжетов городского фольклора Санкт-Петербурга для диверсификации туристских потоков.

Задачами создания туристического продукта являются:

- диверсификация китайских туристских потоков в Санкт-Петербурге;
- использование символизма при создании «тёмного» туристского продукта;
- диверсификация туристского продукта, направленного на туристов из КНР.

Целевой аудиторией данного турпродукта являются китайские туристы из разных районов КНР, относящиеся к возрастной 20-55 лет. Это люди, которые желают посетить Петербург в первый раз, либо уже в нём были.

Обоснование создания туристического продукта: на данный момент граждане Китая считают Россию самой желаемой страной для посещения (58%), а также самой привлекательной в плане культуры (71%) [36], что говорит о необходимости создания новых и разнообразных маршрутов, учитывая различные потребности и предпочтения китайских туристов. Создание «тёмного» туристического продукта может позволить взглянуть на культурно-историческую составляющую Петербурга с новой стороны, а также диверсифицировать туристические предложения и туристские потоки в регионе.

Идея тура: организовать объекты, имеющие мистическую составляющую и привязать их с «классической» туристской программой по Санкт-Петербургу для совершенствования сегодняшнего «тёмного» образа города.

Составляющие идеи туристского продукта:

- *Путешествие в мир петербургского фольклора.* Суть тура в том, чтобы показать туристические достопримечательности Петербурга через легенды и мифы. В ходе программы туристы посетят Юсуповский и Екатерининский дворцы, услышат историю о Медном всаднике и Пиковой даме, побывают в самом загадочном месте Васильевского острова – аптеке доктора Пеля, а также прикоснуться к восьмому чуду света – Янтарной комнате.
- *Сочетание историко-культурных объектов показа и современности.* Благодаря богатому культурно-историческому потенциалу Санкт-Петербурга, с его бесконечными роскошными дворцами, парками и каналами, в туристском продукте предложено посещение нетрадиционных и современных мест. К примеру, китайские туристы отправятся в Музей теней, необычный ресторан в темноте и к «Морским воротам» Санкт-Петербурга, защищающие город от наводнений.
- *Посещение разных районов города в одном туре.* Предложенный тур позволит туристам открыть Петербург с новой стороны и исследовать его с разных сторон, посетив Васильевский остров, Центральную часть города, а также музей-заповедник «Царское село» и остров Котлин.

Временные рамки реализации «тёмного» туристического продукта: любое время года в зависимости от уровня спроса. Однако, китайские туристы отдают предпочтение зиме и осени, поскольку на данный период выпадают государственные праздники и сроки путешествий могут быть увеличены.

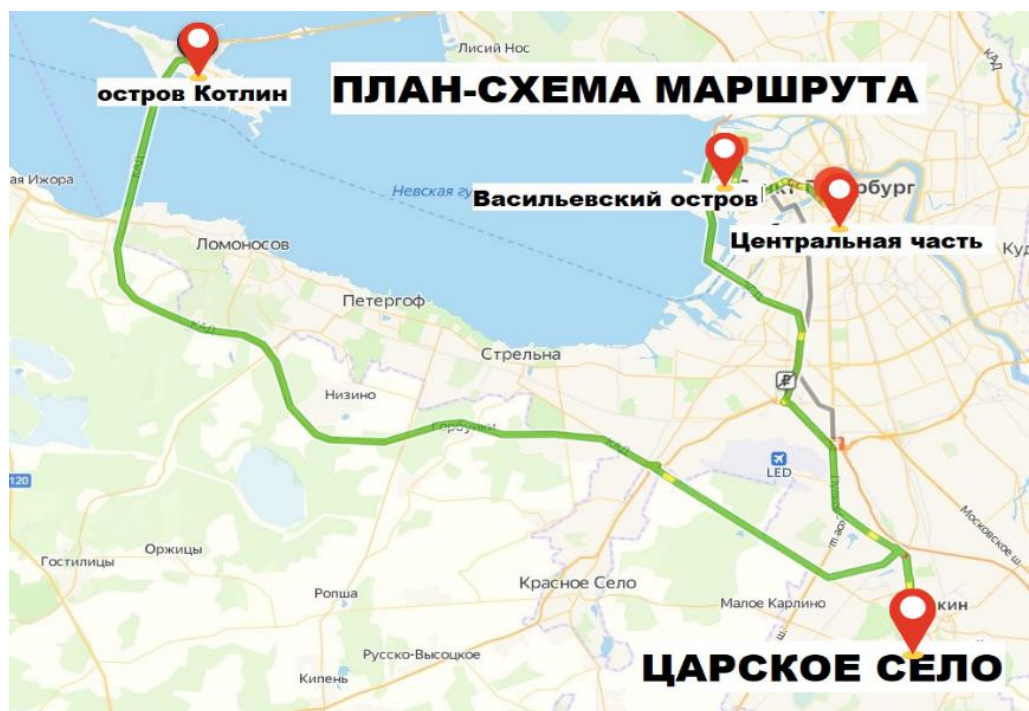


Рисунок 3. План-схема маршрута

Рассмотрим предлагаемую к реализации программу тура. Важно отметить, что на момент разработки турпродукта авиасообщение между городами Китая и Санкт-Петербургом отсутствует ввиду ограничений, вызванных эпидемией COVID-19, поэтому график тура в первый и последний день является приблизительным и не имеет привязки к конкретному времени прилета и вылета.

Программа тура:

1 день – Мистика Васильевского острова

В первый день тура китайские туристы отправятся в путешествие по загадочному Васильевскому острову, который наполнен призраками и многочисленными загадками. Во время экскурсии туристы откроют портал в параллельный мир, где встретятся с главными мифическими символами острова – сфинксом и грифоном. Побывают в таинственных местах, в которых можно загадать желание, а также попробуют разгадать, о чём молчат тайные символы. На маршруте гости культурной столицы посетят Смоленское кладбище, прогуляются по самой-самой узкой и мрачной улице Васильевского острова, поужинают в необычном ресторане в темноте, а также посетят аптеку доктора Пеля и сыновей, с которой связана самая

известная городская легенда Санкт-Петербурга о «Башне грифонов» и человеке, занимавшегося алхимией и пытавшегося превратить ртуть в золото.

- **До 10:00** прибытие в Санкт-Петербург. Встреча с гидом в аэропорту, трансфер до отеля, заселение
- **11:00** – начало экскурсионной программы, переезд до стрелки Васильевского острова, начало пешеходной экскурсии
- **13:30** – обед в ресторане «Мифан»
- Продолжение пешеходной экскурсии, в ходе которой туристы прогуляются по Смоленскому кладбищу, посетят легендарную часовню Ксению Петербургской, а также пройдутся по набережной реки Смоленки
- **18:00** – ужин в ресторане «DANS LE NOIR?»
- **20:30** – возвращение в отель
- Свободное время

2 день – ЛЕГЕНДАРНЫЙ центр

Во второй день тура туристы посетят главные достопримечательности в центре города и узнают об их загадочной составляющей. Во время пешеходной экскурсии у туристов запланировано посещение Юсуповского дворца, в котором произошло убийство Григория Распутина. Это место характерно не только его «мрачным» образом, но и тем, что в 2017 году по версии американского онлайн-журнала и туристической компании «Atlas Obscura» оно заняло двадцать девятое место в рейтинге мировых направлений «тёмного» туризма. Туристы осмотрят его исторические интерьеры, а также посетят восковую экспозицию, где происходили события одного из самых загадочных преступлений начала XX века. После обеда туристы отправятся в Музей теней, в котором погрузятся в атмосферу противостояния света и тени, а также смогут приобрести необычные сувениры в память о захватывающем путешествии по таинственному Петербургу.

- **8:30** – завтрак в отеле
- **10:00** – начало пешеходной экскурсии по центру города
- **12:00** – посещение Юсуповского дворца с экскурсией по парадным залам дворца

и экспозиции «Убийство Г. Распутина»

- **14:00** – обед в ресторане «Тан Жен»
- **15:30** – посещение Музея теней и сувенирного магазина
- **18:00-20:00** – пешее сопровождение с гидом до торговых центров – «ДЛТ», «Галерея», «Пассаж»
- **20:30** – свободное время

3 день – «Восьмое чудо света»

В этот день туристы отправятся в Царское село — не просто в последнее пристанище династии Романовых, но и в место, окутанное тайной Янтарной комнаты. Эта комната известна легендой о её исчезновении. Те, кто её видел, оставались под огромным впечатлением, любуясь позолотой, живописью и драгоценными камнями в интерьерах дворца. Однако, в 1942-ом году её передали Кёнигсбергу, где спрятали в подземном авиационном заводе. После пропажи ходили слухи о том, что немецкие военные затопили Янтарную комнату в одном из многочисленных лесных озер вместе с авиационным заводом. Услышав подробности этой таинственной истории, туристы также посетят Екатерининский дворец и прогуляются по Екатерининскому парку, а также почувствуют дух Александра Пушкина и Екатерины Второй.

- **8:30** – завтрак в отеле и посадка туристов в автобус
- **10:45** – начало экскурсионной программы в музее-заповеднике «Царское Село»
- **13:00** – обед в ресторане «Эрмитажная кухня»
- **17:00** – возвращение в город, свободное время для ужина
- **19:00** – посещение Новой сцены Александринского театра
- **21:00** – свободное время в центре города, прогулка на катере

4 день – Главный кошмар Петербурга

В последний день тура гости города познакомятся с самой страшной темой петербургского фольклора – наводнениями. Путешественники отправятся в комплекс защитных сооружений Санкт-Петербурга, где находятся «Морские ворота», защищавшие город от главного кошмара населения. В ходе экскурсии туристы услышат историю защиты города от водных бедствий, увидят изнутри весь комплекс защиты города, посетят

диспетчерский пункт, а также места в Кронштадте, связанные с темой наводнений. Завершением программы будет квест, с помощью которого туристы не только узнают обо всех наводнениях, буивствовавших в Санкт-Петербурге, но и посетят знаковые места, связанные с ними.

- **8:30** – выселение из отеля, сбор на ресепшн, посадка в автобус
- **10:00** – автобусная экскурсия на дамбу «Морские ворота Петербурга» с посещением Комплекса защитных сооружений Санкт-Петербурга от наводнений (КЗС)
- **14:30** – возвращение в город, переезд на Васильевский остров
- **15:00** – посещение Василеостровского рынка, свободное время для обеда
- **16:00** – участие в квесте «1824. Потопленный Петроград»
- **18:30** – окончание программы, свободное время для ужина трансфер на вокзал / аэропорт

3.2. Калькуляция тура

Тур для граждан КНР «Мистические символы Петербурга»

Прежде чем переходить к расчётам групповых и индивидуальных расходов туристического продукта, следует рассмотреть детали:

- Транспортные услуги будут оказываться посредством бронирования туристического микроавтобуса с водителем (компания «НЕВАКЛУБ» [37]). Данный тур рассчитан на небольшую туристическую группу, состоящую из 6 человек, поэтому арендуется MERCEDES V-CLASS на 7 посадочных мест, оборудованный всем необходимым для экскурсионного обслуживания на маршруте.
- Для размещения туристов из КНР выбран отель Holiday Inn Express St.Petersburg – Sadovaya 4*, поскольку данный отель принадлежит крупной международной сети, хорошо знакомой туристам. Он расположен близко к центру города и работает с китайскими туристическими группами. Также в стоимость включён завтрак.
- В стоимость тура включено: транспортное обслуживание по программе, встреча гида в аэропорту, услуги гида, проживание в отеле с завтраком, экскурсии по

программе, входные билеты в музеи, обед и ужин в первый день, а также обед во второй и третий день.

- В стоимость тура не включено: авиа-билеты до Санкт-Петербурга, билеты в театр, билеты на прогулку на катере

В соответствии с государственным стандартом по проектированию туристских услуг [38] была составлена технологическая карта туристского путешествия, с которой можно ознакомиться в Приложении 7.

Разработанное предложение рассчитано преимущественно на летние и осенние месяцы, однако его реализация возможна и в другие сезоны с заменой отдельных объектов на другие.

Таблица 14. Калькуляция индивидуальных расходов [Составлена автором].

Индивидуальные расходы					
Проживание		Количество ночей	Количество номеров	Цена, руб./чел	Стоимость, руб.
Holiday Inn Express St. Petersburg – Sadovaya (4*) стандарт twin, завтрак шведский стол		3 ночи	3	3 375	60 750
Всего:					60 750
Наименование организации		Билеты	Количество	Цена, руб.	Стоимость, руб.
1	Питание в ресторане «Мифан»	Питание (обед)	6+1	357	2 499
2	Питание в ресторане «Dans Le Noir?»	Питание (ужин)	6+1	2 400	16 800
3	Юсуповский дворец	Входные билеты + экскурсия	6	1200	7 200

4	Питание в ресторане «Тан Жен»	Питание (обед)	6+1	348	2 436
5	Музей теней	Входные билеты (экскурсия включена в стоимость)	6+1	360	2 520
6	Екатерининский дворец + Янтарная комната	Входные билеты	6+1	1500 / 900*	9 900
7	Питание в ресторане «Эрмитажная кухня»	Питание (обед)	6+2	590	4 720
8	Другое	Наушники	6	200	1 200
Всего:					56 375
Итого индивидуальные расходы:					117 125
Групповые расходы					
Транспорт		День	Цена в час, руб.	Количество часов	Стоимость, руб.
Минивэн MERCEDES V-CLASS, 7 мест		1	1200	7 часов (+1)	9 600
		2	-	-	-
		3	1200	7 часов (+2)	10 800
		4	1200	7 часов (+2)	10 800
Всего:					31 200
	Гид		Количество дней	Оплата в день, руб.	Стоимость, руб.

	Китае-говорящий гид		4	7 200	28 800
Всего:					28 800
	Наименование организации	Экскурсионное обслуживание	Количество билетов	Цена, руб.	Стоимость, руб.
	Экскурсионное бюро «Теона»	Групповая экскурсия на дамбу «Морские ворота Петербурга» на иностранном языке	1	-	43 000
	Ubego	Городской квест	1	-	700
Всего:					43 700
Итого групповые расходы:					103 700
Итого общие расходы:					220 825

* - входной билет для гида имеет стоимость ниже, поскольку он является гражданином Российской Федерации.

Таблица 15. Расчёт стоимости тура [Составлена автором].

Количество человек в группе	Себестоимость в расчете на группу, руб.	Себестоимость в расчете на 1 чел., руб.	Маржа (10% от себестоимости), руб.	Коммиссионное вознаграждение агентства м (15%)	Итоговая стоимость тура в расчете на 1 чел., руб.	Итоговая стоимость тура в расчете на группу, руб.
6	220 825	36 804	3 680	6 073	46 600	279 600

Итого, стоимость тура при наборе группы на 6 человек составит 46 600 рублей с человека (4 974 CNY).

В связи со спецификой тура, нельзя говорить о стабильном наборе большого количества групп за сезон, поэтому планируется набрать 5 групп за сезон (по пессимистическому прогнозу). Для этого необходимо умножить итоговую стоимость тура на 5 групп:
 Сезонная выручка = $279\ 600 * 5 = 1\ 398\ 000$ рублей.

При этом учтём сумму постоянных и переменных затрат (см. табл. 16).

Таблица 16. Постоянные и переменные затраты туры [Составлена автором].

Постоянные затраты	Переменные затраты
28 800 руб.	$60\ 750 + 56\ 375 + 31\ 200 + 43\ 700 = 192\ 025$ руб.

Валовая маржа — это разность между выручкой и суммой переменных затрат. Для того, чтобы ее посчитать, необходимо определить **сумму переменных затрат за сезон**:

$$192\ 025 * 5 = 960\ 125 \text{ руб.}$$

Отсюда получаем валовую маржу:

$$\text{Валовая маржа} = 1\ 398\ 000 - 960\ 125 = 437\ 875 \text{ руб.}$$

Для дальнейшего расчёта рентабельности необходимо определить удельный вес валовой маржи, который рассчитывается через отношение валовой маржи к сезонной выручке:

$$\text{Удельный вес валовой маржи} = 437\ 875 / 1\ 398\ 000 = 0,31$$

Посредством расчёта отношения постоянных затрат за сезон к удельному весу валовой маржи определим порог рентабельности разрабатываемого турпродукта — это важный показатель, который позволяет определить, при какой сумме реализации турпродукта предприятие начнет получать прибыль.

Определим сумму постоянных затрат за сезон:

$$\text{Сумма постоянных затрат} = 28\ 800 * 5 = 144\ 000 \text{ руб.}$$

На основе полученных данных определим порог рентабельности:

$$\text{Порог рентабельности} = 144\ 000 / 0,31 = 464\ 516,129 \approx 464\ 517 \text{ руб.}$$

Итак, для покрытия расходов минимальная выручка при реализации данного турпродукта должна составить 464 517 руб. Определим, сколько групп туристов необходимо для получения минимальной выручки, и сравним с пессимистическим прогнозом, для чего рассчитаем порог рентабельности в натуральном выражении:

$$\text{Порог рентабельности} = 464\,517 / 279\,600 = 1,6$$

Следовательно, необходимо собрать не менее двух групп. Наконец, определим чистую прибыль, вычислив разность выручки и суммы всех затрат:

$$1\,398\,000 - (144\,000 + 960\,125) = 293\,875 \text{ руб.}$$

Таким образом, внедрение предложенного турпродукта представляется экономически выгодным даже с учётом пессимистичного прогноза.

3.3. Выводы по туру

Учитывая калькуляцию тура, можно сделать вывод о том, что включение мистических аттракций Санкт-Петербурга в классические маршруты города является оправданным. Данный туристический продукт сочетает в себе элементы и традиционного подхода, учитывая предпочтения китайских туристов, и свежее решение, что обусловлено их интересом к городскому фольклору и символизму, а также постепенному увеличению популярности нишевых видов туризма. Данный тур сочетает в себе предоставление свободного времени для туристов и возможность ими выбора дополнительных развлечений, а также питание в ресторанах как европейской, так и китайской кухни.

Также конкурентным преимуществом тура является его уникальность, так как на данный момент на рынке Санкт-Петербурга не существует полноценных предложений «тёмного» туризма, которые ориентируются на мистический образ города. Предложенный тур может улучшить образ Санкт-Петербурга как туристической дестинации, а также развить «тёмный» туризм в регионе. Однако для узнаваемости необходимо активно продвигать мифологию Санкт-Петербурга в китайских социальных сетях, привлекать популярных китайских блогеров и поддерживать температуру заинтересованности среди китайцев.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведённого исследования было выявлено, что «тёмный» туризм – это довольно неизученное понятие, которое в зависимости от территории и степени влияния символизма может трактоваться по-разному. Потребности туристов в посещении «тёмных» аттракций давно стали главной темой для обсуждения, а этические нормы при посещении мест, связанных со смертью – предметом споров. Несмотря на отсутствие в Санкт-Петербурге природного типа «тёмных» дестинаций, связанных со стихийными бедствиями, которые наиболее популярны в Китае с точки зрения символизма, в городе существует богатая историко-культурная составляющая и обширный мифологический городской фольклор.

В рамках данной выпускной квалификационной работы были изучены понятия символизма в туризме и выявлено определение «тёмного» туризма с учётом отечественных и зарубежных трактовок, описаны виды «тёмных» дестинаций, а также рассмотрен контекст применения символизма на рынке китайского и российского туризма.

К основным итогам проведённой работы можно отнести следующее:

- Были определены главные мистические аттракции Санкт-Петербурга, которые представляют интерес для китайских туристов в настоящее время. На основе проведённого метода аналогий, анализа китайских социальных сетей, частоты запросов в китайских поисковых системах и отзывах были отобраны самые популярные «тёмные» аттракции.
- Потенциал «тёмного» туризма может использоваться для развития культурно-познавательного вида туризма и нишевых видов туризма, а также при разработке как классических туров, так и нестандартных. «Тёмные» объекты показа включают в себя разнообразные образы, которые могут быть использованы при погружении в культурную составляющую города.
- «Тёмные» достопримечательности Петербурга в настоящий момент довольно активно посещаются жителями и гостями города, однако существует проблема в том, что турист не подозревает о том, что участвует в «тёмном» виде туризма. К сожалению, не существует подробной статистики о мотивах посещения «тёмных» дестинаций и в целом количества туристских потоков с данной целью, поскольку практически все места, связанные с «тёмным» туризмом включены в культурно-познавательный вид туризма. Также стоит отметить, что на официальном туристском портале города «Visit Petersburg» «тёмный»

туризм не выделен как отдельный тематический вид туризма, однако на сайте присутствуют маршруты, сочетающие в себе мифологическую тематику.

- Разработка нового туристического продукта для китайских туристов с включением в него мистической составляющей является целесообразной. Знакомство с «тёмными» местами представляется интересным как туристам, которые ещё не посещали Санкт-Петербург, так и повторным.
- Рассмотрены сильные стороны «тёмного» туризма в Санкт-Петербурге и в Северо-Западном округе в частности, так и его слабые места, которые требуют дальнейшего развития.

Главным итогом выпускной квалификационной работы стала разработка перспективного маршрута с вовлечением мистической составляющей Петербурга. Его конкурентным преимуществом является уникальность, поскольку на туристическом рынке не существует в целом подобных предложений. К тому же, данный туристический продукт включает в себя тематические легенды, которые подтверждают главный образ Петербурга – таинственный величественный императорский город на Неве, полный тайн, символов и загадок.

По мнению автора, влияние символизма на развитие «тёмного» туризма в Санкт-Петербурге очевидно, а существование свободной ниши туризма на такой насыщенной местами притяжения территории, это исключительно вопрос времени.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Joan E. Manley. Symbol, ritual, and doctrine: The cultural 'tool kit' of TQM [электронный ресурс] // Journal of Quality Management, 1998. №3 (2). URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1084856899801126?via%3Dihub>
2. Mats Alvesson. The business concept as a symbol [электронный ресурс] // International Studies of Management & Organization, 1998. №28 (3). URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00208825.1998.11656741>
3. I-Chieh Michelle Yang, Juliana French, Christina Lee, Motoki Watabe. The symbolism of international tourism in national identity [электронный ресурс] // Annals of Tourism Research, 2020. №83.
URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/anture/v83y2020ics0160738320301109.html>
4. Hakan Sezerel, Birgül Taşdelen. The Symbolic Representation of Tourism Destinations: A Semiotic Analysis [электронный ресурс] // e-Consumers in the Era of New Tourism, 2016.
URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-0087-4_5
5. Hartline, M.D. and Jones, K.C. Employee Performance Cues in a Hotel Service Environment: Influence on Perceived Service Quality, Value, and Word-of-Mouth Intentions [электронный ресурс] // Journal of Business Research, 1996. №35 (3). URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0148296395001263?via%3Dihub>
6. Гирц Д. К. Интерпретация культур // М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. — 560 с.
7. Philip R. Stone. A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions [электронный ресурс] // Tourism, 2006. №54 (2).
URL: <http://web.mnstate.edu/robertsb/390/A%20dark%20tourism%20spectrum.pdf>
8. Lewis, H., Schrier, T. and Xu, S. Dark tourism: motivations and visit intentions of tourists [электронный ресурс] // International Hospitality Review, 2021. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IHR-01-2021-0004/full/html>
9. Wuhan tops travelers' wish lists in 2020 [электронный ресурс]. URL: http://www.china.org.cn/travel/2020-04/30/content_75994706.htm
10. М. Ермаков. Культ предков в Китае: прошлое - настоящее – будущее [электронный ресурс] // Звезда, 2007, №5. URL: <https://magazines.gorky.media/zvezda/2007/5>

11. Мавзолей Мао Цзэдуна. [электронный ресурс] // Туристер, 2020. URL: <https://www.tourister.ru/world/asia/china/city/beijing/placeofinterest/2410>
12. Fun doubles when jubensha goes on during a trip. [электронный ресурс] // China Daily, 2021. URL: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202111/17/WS619458f3a310cdd39bc75c75.html>
13. Биржаков М.Б. Введение в туризм // СПб.: ИТД «Герда», 2000.
14. Фридман В. Б. Культурно-познавательный туризм и музеи // Мир экскурсий, 2009, № 6. с. 60–61.
15. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства, и основные направления реализации туристского // М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
16. Предложения по дополнению стратегических приоритетов и направлений развития отрасли туризма Санкт-Петербурга с учетом новых вызовов и возможностей внешней среды [электронный ресурс] // Фонд «ЦСР «Северо-Запад», 2021. URL: <https://clck.ru/gj4KU>
17. Guidelines for the Success in the Chinese Outbound Tourism Market [электронный ресурс] / UNWTO (United Nations World Tourism Organisation). - Madrid, 2019. 40 p. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421138>
18. Пилотный опрос показал профиль индивидуального китайского туриста, который интересуется Санкт-Петербургом [электронный ресурс] // Администрация Санкт-Петербурга, 2021. URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/219469/
19. Краткая литературная энциклопедия: Т. 6: Присказка — «Советская Россия» // Гл. ред. А. А. Сурков. — М.: Сов. энцикл., 1971.
20. Синдаловский Н. Мифология Петербурга: Очерки. // СПб.: «Норинт», 2002.
21. Белая А.А., Новикова Е.В. К вопросу о перспективах развития «мистического туризма» [электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации, 2016. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/05/67495>
22. Государственная программа Санкт-Петербурга "Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге" с изм. 8 февраля 2022 [электронный ресурс] // Правительство Санкт-Петербурга, 2017. URL: <https://docs.cntd.ru/document/555906672?marker=7D60K4>

23. Ду Вэнься. SWOT-анализ чёрного туризма и его развитие [электронный ресурс] // Журнал Политехнического университета Саньмэнься, 2009. 8. №2. с. 121–124. URL: <https://doc.mbalib.com/view/da79a02377327abc93002b14943390cf.html>
24. 新圣女公墓 [электронный ресурс] // Baike [Новодевичье кладбище]. URL: <https://goo.su/aC6Ca>
25. 圣彼得堡知识分子坟头大赏 [электронный ресурс] // NetEase, 2020. [Санкт-Петербург – интеллектуальная могила]. URL: <https://www.163.com/dy/article/F3FTBKMB0544059N.html>
26. 50 Obscure and Amazing Places to Visit in 2017 [электронный ресурс] / Atlas Obscura, 2017. [50 неизвестных и удивительных мест, которые стоит посетить в 2017 году]. URL: <https://www.atlasobscura.com/lists/the-50-most-wondrous-places-to-visit-in-2017>
27. H. Séraphin, Simon Smith, P. Scott, P. Stokes. Destination management through organisational ambidexterity: Conceptualising Haitian enclaves [электронный ресурс] // Journal of Destination Marketing and Management, 2018. №9. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X17302329?via%3Dihub>
28. Фан Фэй: «Китайские туристы поедут в путешествие по России за «самым-самым». [электронный ресурс] // Вести Туризм, 2021. URL: <https://travelvesti.ru/kitaj-2-0-perezagruzka/fan-fej-kitajskie-turisty-poedut-v-puteshestvie-po-rossii-za-samym-samym.html>
29. М.С.Уваров. Символы жизни и смерти в образах Петербурга [электронный ресурс] // Парадигма: философско-культурный альманах, 2020, №33. с. 7–32 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/simvoly-zhizni-i-smerti-v-obrazah-peterburga/viewer>
30. Реальные события и самые необычные места на автомобильной экскурсии [электронный ресурс] // Хорошо-Там. URL: <https://horosho-tam.ru/rossiya/sankt-peterburg/ekskursiya/strashnye-istorii-peterburga>
31. Прогулки в прошлое - заброшенный завод «Самсон» [электронный ресурс] // Sputnik. URL: https://www.sputnik8.com/ru/st-petersburg/activities/43997-progulki-v-proshoe-zabroshennyu-zavod-samson#?event_date=2022-05-14&event_id=22
32. Петербург не для всех [электронный ресурс] // Полярная Звезда. URL: <https://polarstarspb.ru/neobychnye-ehkursionnye-tury-v-peterburg>

33. Китайские туристы после пандемии смогут восполнить отток россиян только в трендовых городах страны [электронный ресурс] // АССОЦИАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ТУРИЗМЕ «МИР БЕЗ ГРАНИЦ». URL: <https://visit-russia.ru/news/1766-kitajskie-turisty-posle-pandemii-smogut-vozpohnit-ottok-rossiyan-tolko-v-trendovykh-gorodakh-strany/>
34. 圣彼得堡 Saint Petersburg [электронный ресурс] // 携程集团 Ctrip. URL: https://you.ctrip.com/place/saintpetersburg359.html#ctm_ref=www_hp_bs_lst
35. 比利时巴斯通+卢森堡一日游 Бастонь, Бельгия + Однодневный тур по Люксембургу. [электронный ресурс] // 携程集团 Ctrip. URL: http://activity.ctrip-ttd.hk/ottd-activity/dest/t33240603.html#ctm_ref=www_hp_bs_lst
36. Жители Китая симпатизируют России и плохо относятся к США — опрос [электронный ресурс] // ИА REGNUM. URL: <https://regnum.ru/news/polit/3591038.html>
37. ООО «НЕВАКЛУБ»: официальный сайт [электронный ресурс]. URL: <https://nevaclub.ru/>
38. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»: национальный стандарт РФ от 01.07.2011

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1.

Таблица 2. - Ресурсы «тёмного» туризма природного типа Северо-Западного федерального округа [составлена автором на основе информации в китайских веб-сервисах].

№пп	Наименование	Расположение	Принадлежность к «тёмному» туризму
1	Гора Воттоваара	Массив на территории Суккозерского сельского поселения в юго-восточной части Муезерского района Республики Карелия	Легенды, мифы, мистика, тайны
2	Каменные лабиринты на Большом Заяцком острове	Большой Заяцкий остров Соловецкого архипелага, Архангельская область	Легенды, мифы, мистика, тайны
3	Деревня Пегрема	Медвежьегорский район Республики Карелия	Легенды, мифы, мистика, тайны
4	Калининградское землетрясение 21 сентября 2004 г.	Калининград, Зеленоградск, Светлогорск, Багратионовский и Светлый районы, Куршская коса	Место стихийных бедствий
5	Петербургское наводнение 1824 года	Санкт-Петербург	Место стихийных бедствий
6	Наводнение в Ленинграде 23 сентября 1924 года	Санкт-Петербург	Место стихийных бедствий

Приложение 2.

Таблица 3. - Список популярных среди китайцев петербургских мест упокоения [составлена автором на основе информации в китайских веб-сервисах].

№пп	Наименование	Адрес
1	Тихвинское кладбище (Некрополь мастеров искусств)	Невский пр., 179/2 А
2	Смоленское православное кладбище	Камская ул., 3
3	Пискаревское мемориальное кладбище	Непокоренных пр., 74
4	Некрополь Красного террора в Петропавловской крепости	Территория Петропавловской крепости
5	Лазаревская усыпальница (Некрополь XVIII века)	Площадь Александра Невского, д. 1Б
6	Великокняжеская усыпальница	Петропавловская крепость
7	Смоленское лютеранское кладбище	набережная реки Смоленки, 27

Приложение 3.

Таблица 4. – Список «тёмных» объектов Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа [составлена автором].

№пп	Наименование	Адрес
1	Инженерный замок	Садовая ул., 2, Санкт-Петербург
2	Пионерская площадь	Пионерская площадь, Санкт- Петербург
3	Петропавловская крепость	Петропавловская крепость, 3
4	Дом-коммуна общества бывших политкаторжан и ссыльнопоселенцев	Троицкая площадь Петроградской стороны, 1
5	Убежище Петродворцового часового завода	Санкт- Петербургский просп., д. 60
6	Усадьба Новознаменка	ул. Чекистов, 13В, Санкт-Петербург
7	Мудьюгский концентрационный лагерь	Архангельская область, остров Мудьюг
8	Териберкское кладбище кораблей	Мурманская область
9	Соловецкий монастырь	Архангельская область
10	Музей обороны и блокады Ленинграда	Соляной пер., 9, Санкт-Петербург
11	Монумент героическим защитникам Ленинграда	площадь Победы, с1, Санкт-Петербург

12	Государственный музей политической истории России	ул. Куйбышева, 2-4, Санкт-Петербург
13	Музей истории политической полиции и органов государственной безопасности	Адмиралтейский просп., 6, Санкт-Петербург
14	Кунсткамера	Университетская наб., 3, Санкт-Петербург
15	Музейно-мемориальный комплекс «Дорога жизни»	Приютинская ул., 13, Всеволожск
16	Крепость Орешек	Ленинградская область, Кировский район, Шлиссельбург, остров Ореховый
17	Площадь Калинина	Площадь Калинина, Санкт-Петербург
18	Улица Репина	Улица Репина, Санкт-Петербург

Приложение 4.

Таблица 5. – Список руин на территории Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа [составлена автором на основе информации в китайских веб-сервисах].

№пп	Наименование	Расположение
1	Дом Советов	Калининград, ул. Шевченко, 2, корп. 5
2	Кладбище кораблей	Балтийск, Калининградская область, гавань Севастопольск
3	Форт Западный	Калининградская область, Балтийская коса
4	Авангардный лагерь	Красное Село Восстановления ул., 7
5	Лесогорский элеватор	Светогорское городское поселение, Выборгский район, Ленинградская область
6	Завод «Красный треугольник»	наб. Обводного канала, 138, корп. 408, Санкт-Петербург
7	Приют «Красного креста»	Льва Толстого ул., 13, Санкт-Петербург
8	Пионерский лагерь «Балтиец»	Молодёжное Почтовая ул., 10
9	Особняк Демидова	Большая Морская ул., 43, Санкт-Петербург
10	Форт Александр I	Санкт-Петербург, Кронштадт
11	Особняк Брусницыных	Кожевенная линия, 27, корп. 1, Санкт-Петербург
12	Дом Сулягина	Архангельск, ул. Восточная д. 1, корп. 1, Соломбальский округ
13	Хальмер-Ю	Республика Коми
14	Заполярный	Город в Республике Коми
15	Мульда	Посёлок в Республике Коми
16	Радиолокационная станция П-70 «Лена М»	Ненецкий АО

17	Кладбище деревянных кораблей	Село Териберка, Кольский район, Мурманская область
----	------------------------------	---

Приложение 5.

Таблица 6. – Список подземелий на территории Санкт-Петербурга [составлена автором на основе информации в китайских веб-сервисах].

№пп	Наименование	Расположение
1	Подземные ходы Михайловского замка	ул. Садовая, 2, Санкт-Петербург
2	Подземелья Летнего сада	наб. Кутузова, 2, Санкт-Петербург
3	Подвалы Смольного собора	пл. Растрелли, 3/1, Санкт-Петербург
4	Дача Безбородко	Свердловская наб., 40, Санкт-Петербург

Приложение 6.

Таблица 8. – Отзывы китайских Интернет-пользователей на «тёмные» достопримечательности Санкт-Петербурга [составлена автором на основе информации в китайских веб-сервисах].

№пп	Наименование достопримечательности	Количество отзывов	Наиболее часто встречающееся мнение о дестинации
1	Храм Воскресения Христова Спас на Крови	552	«красивый внешний вид» «мозаичное искусство» «урок истории и культуры» «кроваво и жестоко»
2	Юсуповский дворец	36	«роскошное внутреннее убранство» «убийство»
3	Михайловский замок	29	«убийство» «древнее очарование»
4	Тихвинское кладбище	17	«тесный контакт со многими мастерами русской культуры и искусства только через траур» «художественный интерес»
5	Екатерининский дворец	536	«Янтарная комната» «восьмое чудо света» «легенда» «великолепное убранство»

Приложение 7.

Шубкина Анастасия

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ
ГОСТ Р 50681-2010

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель туристской организации

инициалы, фамилия

личная подпись, печать

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ НА ____ 20__ г.

Маршрут путешествия: Санкт-Петербург – Пушкин – Кронштадт – Санкт-Петербург

Наименование и вид маршрута: Туристский экскурсионный маршрут «Мистические символы Петербурга»

Протяженность маршрута (км): 158 км

Продолжительность путешествия (суток): 4 дня/3 ночи

Число туристов в группе (рекомендуемое): 6 (человек) + 1 (гид-переводчик)

Стоимость (ориентировочная): 46 600 руб./человек в двухместном номере (проживание, трансфер, питание, услуги гида-переводчика, билеты в музей)

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов	Перевозка туристов	Другие услуги
---	---	---	--------------------	---------------

прибытия в пункт и выезда из него	условия размещения	показа), туристских походов и т.п.		
До 10:00 Прибытие в Санкт-Петербург (аэропорт Пулково), трансфер до места размещения (19 км)	Отель Holiday Inn Express St.Petersburg Sadovaya 4*. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 62. Размещение в стандартных двухместных номерах	Прилёт в Санкт-Петербург, встреча группы с гидом в аэропорту, трансфер до отеля	Туристический микроавтобус MERCEDES V-CLASS на 7 пассажиров	
Нахождение в Санкт-Петербурге		Пешеходная экскурсия по Васильевскому острову с посещением достопримечательностей, имеющих мистический образ (Стрелка Васильевского острова, Университетская набережная, «Башня грифонов», Аптека Доктора Пеля и сыновей, Смоленское кладбище) Обед в ресторане китайской кухни («Мифан»)	Туристический микроавтобус MERCEDES V-CLASS на 7 пассажиров	

		Ужин в ресторане в темноте «Dans Le Noir?»		
Нахождение в Санкт-Петербурге		Пешеходная экскурсия по центру города (Михайловский замок, Медный всадник, Ротонда, Марсово поле, Храм Спаса на Крови) Посещение Юсуповского дворца Посещение Музея теней	-	Сопровождение гидом до торговых центров (на выбор туристов): «ДЛТ», «Галерея», «Пассаж»
Трансфер в Пушкин (музей-заповедник «Царское село») и возвращение в Санкт-Петербург (56 км)		Сбор в отеле, переезд в Пушкин, экскурсионная программа по музею-заповеднику «Царское село» (Екатерининский парк, Екатерининский дворец, Янтарная комната) Обед в ресторане «Эрмитажная кухня»	Туристический микроавтобус MERCEDES V-CLASS на 7 пассажиров	Посещение Новой сцены Александринского театра Прогулка на катере
Переезд до Кронштадта и возвращение в Санкт-Петербург (112 км)		В первой половине дня проводится короткая экскурсия на тему «Революционный Петербург» с обзорным посещением связанных с	Туристический микроавтобус MERCEDES V-CLASS на 7 пассажиров	

		<p>революцией мест (Смольный Институт, Марсово поле, Площадь Восстания, крейсер «Аврора») Экскурсия по крейсеру «Аврора» Обед в ресторане «Золотой Лев» (Кронштадт), обзорная экскурсия по Кронштадту</p>		
<p>Переезд до Кронштадта и возвращение в Санкт- Петербург (112 км) Трансфер до аэропорта Пулково (19 км)</p>		<p>В последний день пребывания в Санкт- Петербурге туристам предлагается посетить автобусную экскурсию на дамбу «Морские ворота Петербурга» с посещение КЗС, а также поучаствовать в городском квесте на Васильевском острове («1824. Потопленный Петроград») от компания Ubego). Прощание с Петербургом, трансфер в аэропорт</p>	<p>Туристический микроавтобус MERCEDES V- CLASS на 7 пассажиров</p>	

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения: отель сети Holiday Inn — Express St.Petersburg Sadovaya 4*, расположенный в центре города, в пешей доступности от станций метро «Сенная площадь», «Садовая» и «Спаская».

Перевозки туристов осуществляются транспортной компанией «НЕВАКЛУБ».

Питание туристов осуществляется в отеле и ресторанах города.

Экскурсионные услуги: пешеходная экскурсия «Мифы и загадки Васильевского острова», пешеходная экскурсия «Таинственный город», автобусная загородная экскурсия на дамбу в Кронштадте «Морские ворота Петербурга», экскурсия в Юсуповский дворец, экскурсия в Музей теней, экскурсия по музею-заповеднику «Царское село», городской квест «1824. Потопленный Петроград».

Услуги по организации досуга туристов и другие дополнительные услуги: посещение Новой сцены Александринского театра, прогулка по рекам и каналам Петербурга на катере.