

**Научно-методическое обеспечение  
туристской деятельности  
на Северо-Западном Кавказе:  
проблемы, поиски, решения**

Статья посвящена рассмотрению актуальных проблем развития туристической отрасли в России с привлечением зарубежного опыта. В ней выявляются не только основные проблемы – слабая информационная база, отсутствия единой базы мест туристической привлекательности, качества информационного обеспечения туристической отрасли, инкультурации всего комплекса культурного наследия и вовлечения его в туристический оборот, привлечения местного населения в туристическую работу и др., – но и предлагается алгоритм работы по решению выявленных проблем. Особое внимание уделено вопросам создания систем навигации, ориентирующей информации для туристов, а также цифрового картографирования местности, подробного виртуального информационного обеспечения туристического направления. В рамках вопроса о культурном брендинге территорий предлагается способ инкультурации и вовлечения исторически неоднозначных объектов наследия.

*Ключевые слова:* туризм, информация, туристическая привлекательность, навигация, цифровое картографирование, виртуальные экскурсии, инкультурация, культурное брендинговое.

Проведенный в конце 2015 г. довольно подробный мониторинг работы различных федеральных и региональных министерств культуры, по делам национальностей, прессы и печати, туризма, а также посещение ряда мест повышенной и потенциальной туристической привлекательности выявил ряд проблем, рассмотрению которых посвящена данная статья.

Первая проблема, которая бросается в глаза при обращении к теме туризма в России, – слабая информационная освещенность туристической работы, а также явно недостаточная информационная база по всем местам туристической привлекательности – объектам историко-культурного наследия, местам боев и памятным местам, любым

---

\* **ГУЦАЛОВ Александр Анатольевич** – кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник отдела изучения культурного наследия и экспертной деятельности Южного филиала Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева, Краснодар, Россия. Электронная почта: [Gutsalov\\_Alex@mail.ru](mailto:Gutsalov_Alex@mail.ru).

иным объектам, имеющим туристическую ценность. Отсутствует единая база данных мест туристической привлекательности. И подобная информационная брешь пронизывает буквально все уровни организации туристического сектора работы и все виды туризма (кроме паломнического).

Рассматривая проблему использования объектов культурного наследия в этнокультурной политике на Юге России на основе изучения деятельности различных региональных и федеральных профильных министерств, были выявлены различные типологии объектов наследия и типологии способов использования объектов наследия в этнокультурной политической работе. Туризм является составной и важной частью любой гармонично и всесторонне выстроенной этнокультурной политики. Были выделены 35 основных способов использования данных объектов, которые были сведены к 9-ти основным типам, один из которых – организация туристического и паломнического сектора работы. Из 212 страничного отчета этому типу было посвящено ровно 6 строк, за отсутствием размещенной на официальных сайтах информации. В этой работе информация с сайтов министерств по туризму не рассматривалась.

Но, обратившись к региональным сайтам министерств по делам туризма, мы обнаруживаем крайнюю скудость размещенной информации. Это касается как информации по заявленным туристическим объектам, так и весьма ограниченного перечня объектов.

В разделе «Достопримечательности Апшеронского района» сайта Министерства курортов и туризма Краснодарского края заявлено всего 6 водопадов и 14 памятников природы со скудной информацией о них. В разделе памятников природы «Скифские дольмены» – полное отсутствие информации. А между тем десятки тысяч туристов в Краснодарском крае и Адыгее ежегодно посещают дольмены. Такой подход к организации туристической деятельности подвергает полному забвению и огромное количество мест боевой славы, мест боев во время Великой Отечественной войны. Между тем, Апшеронский район, наряду с Туапсинским и Горячеключевским районом, может быть подан как территория великой героической славы, с не менее значимой и звучной военно-исторической славой, чем Сталинград. Во время боев в августе-январе 1942-1943 гг. наши войска сыграли здесь свою весомую роль в деле победы над врагом. Если бы войска неприятеля прорвались бы к Черному морю в районе Туапсе, Лазаревской, Сочи

и Адлера, то 26 полностью экипированных дивизий вооруженных сил Турции вступили бы в войну с СССР на границе, где в то время находились несколько очень слабо экипированных дивизий Советской Армии. Есть огромная, совершенно непонятная и непростительная недооцененность подвига, совершенного во время Великой Отечественной на данных территориях. Вышедшие в последнее время переводы книг-воспоминаний наших бывших противников дают более ясную картину того, насколько серьезными были направления ударов врага на Западном Кавказе кроме Туапсе и Новороссийска, на Адлер и, главным образом, на Лазаревское (в августе 1942 г.).

Возникает вопрос: «Почему эта тема полностью отсутствует на официальных сайтах Краснодарского края, Апшеронского района?». И это при том, что в крае есть множество частных поисковых отрядов, туристических гидов, активно и успешно занимающихся развитием туризма по местам боевой славы, местам боев, по памятным местам. Есть даже частные инициативные группы, ежегодно устанавливающие памятники в Апшеронском районе, посвященные героическим событиям того трагического времени [2, с. 56-61].

Видим ли мы данную информацию на центральных сайтах? Отчасти, да. Во всяком случае, тема военно-исторической тематики в определенной степени освещена. В разделе «Военно-туристические маршруты» сайта Федерального Агентства по туризму выставлена хорошо изданная атлас-книга «Военно-исторические маршруты России». Эта книга переведена на 4 языка – французский, испанский, английский и китайский [3].

Что мы видим в интересующем нас разделе маршруты по местам былых подвигов на территории Краснодарского края [3, с. 181-185] и Республики Адыгеи [3, с. 163-165]? Обозначены четыре города – Туапсе, Новороссийск, Анапа, Тимашевск. Выписаны памятники только в Новороссийске и Тимашевске. А где Краснодар, Саратовская, Апшеронск, г. Хадыженск и станция Хадыженская, Горячий Ключ, Нефтегорск, Черниговская, места боев, реки и горы, на которых и вокруг которых разворачивались кровопролитные бои, преграждая врагу путь к побережью, такие как Индюк, Гойтх, Два Брата, Оплепен, Шаумянский и Тубинский перевалы др. и множество населенных пунктов между ними и Туапсе, и Лазаревской? Как можно составить военно-исторический маршрут к Туапсе без указания их? Конечно, любое издание имеет свои ограничения. Но при отсутствии общедоступной

информации на сайтах профильных организаций они особенно диссонировать с насущной потребностью.

Многочисленные беседы с организаторами туристических маршрутов, гидами, сопровождающими туристские группы по маршрутам, связанным с местами боевой славы, в том числе, организуют военно-исторические реконструкции по заказу различных организаций, показывают, что они черпают информацию не с официальных сайтов, призванных обеспечить должной информацией туристическую индустрию. Они актуализируют старые советские издания Гречко, Пятигорского, обращаются к мемуарам бывших противников и самостоятельно разрабатывают данные маршруты. Официальные сайты непосредственно ответственных за организацию данной работы министерств почти никакой информации по данным темам не предоставляют.

Есть еще очень серьезный изъян в организации туристической работы. Нет никакой возможности получить какую-либо информацию в свободном доступе непосредственно в данных населенных пунктах. Для развития туризма это очень существенный недостаток. К примеру, составляя различные маршруты в Индии, можно быть всегда уверенным, что в любом более или менее обжитом населенном пункте в свободной продаже доступны туристические карты данной местности, информационные издания, посвященные практически всем значимым объектам наследия, памятным местам, находящимся на данной территории. По этой причине всегда возможно подробнее на месте ознакомиться с информацией, которая была недоступна до приезда. И это в Индии сделано повсеместно. Но вернемся в Россию. Сейчас даже карту Апшеронского района невозможно приобрести в самом Апшеронске на автовокзале. Практически нет информации о районе в самом районе. И такая картина не редкость в Краснодарском крае, за исключением, пожалуй, побережья.

То же положение с информационной обеспеченностью мест туристического внимания на сайтах Комитета Правительства Чеченской республики, Министерства по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан. С таким информационным обеспечением в виртуальном мире и в печатном виде мы никогда не выстроим успешный полноценный познавательный туризм.

Отсутствие надлежащей разработанной экспертами и научным сообществом информации дает необъятное поле для разного рода

фальсификаций, использования недостоверных сведений, мифологизации исторических событий. Туризм является составной частью совокупной этнокультурной политики. Оттого насколько он выстроен грамотно и разумно, зависит, станет ли туристическая работа конструктивной или превратится в еще одну деструктивную силу, создающую новые ложные мифы, извращающую смыслы различных событий, создающую неправильное или неточное понимание и оценку разных исторических фактов.

Для создания эффективно работающей туристической инфраструктуры на благо России ученым и экспертам необходимо выстроить правильный алгоритм работы. Часто приходится наблюдать озабоченность выстраиванием различных новых туристических маршрутов, словно новые туристические маршруты и их количество привлекут сами по себе туристов. Думается, что это заблуждение. Основа любого маршрута – это, прежде всего, информационная, инфраструктурная разработанность самих объектов наследия, мест туристического внимания, а уж затем наличие и обилие туристических маршрутов, которые, впрочем, всегда отличаются вариативностью и зависят от потребностей и запросов приезжающих туристов.

Алгоритм построения экспертной работы в туристическом сегменте может быть таков:

1. Выявление всех потенциально значимых для туристической отрасли объектов культурного и природного наследия, различных памятных мест, мест боев, любых иных мест туристической привлекательности.

2. Проведение экспертной исследовательской работы, переиздание с дополнениями и исправлениями уже ранее изданной и издание новой литературы, выпуск специально подготовленных научно-популярных брошюр, буклетов, посвященных каждому объекту или группе объектов наследия и местам потенциального туристического внимания, отдельных фотографий памятников и наборов таких фотографий.

3. На основе данной работы создание популярных научно-просветительских фильмов и организация их широкой доступности, как на местах, так и в Интернет-сети.

4. Создание системы навигации и ориентирующей информации для туристов в РФ.

О последнем пункте скажем более подробно. В рамках реализации программы по созданию системы навигации и ориентирующей информации для туристов в РФ издано «Методическое пособие по созданию системы дорожных указателей к объектам культурного наследия и иных носителей информации» (2013) [4]. Целью разработки «Общероссийской системы навигации и ориентирующей информации для туристов» является создание пиктограмм, знаков и указателей, главной задачей которых является наглядное и единообразное обозначение мест и объектов, входящих в программы как группового, так и индивидуального туризма. В данном издании ясно выражаются критические замечания об отсутствии должного уровня информационной базы: «Во многих учреждениях культуры полностью отсутствует ориентирующая информация для туристов и посетителей, либо она не отвечает современным потребностям, ее немного и изготовлена она кустарным способом. Исследование, проведенное компанией «ИнтелМедиа», показало, что большинство руководителей региональных органов управления туризмом в целом негативно оценивают существующую Систему навигации и ориентирующей информации для туристов» [4, с. 3]. Согласно проведенному опросу представителей региональных органов управления туризмом с целью оценить систему навигации и ориентирующей информации для туристов РФ только 5 % оценено положительно, 42 % удовлетворительно, а 53 % неудовлетворительно [4, с. 4]. За последние годы ситуация в стране в данном отношении не изменилась.

5. Создание виртуального информационного обеспечения. Создание виртуальных карт, виртуальных экспонатов и объектов наследия, виртуальных экскурсий для туристов по всем местам культурного наследия является очень насущной частью работы.

Данное направление может быть разделено, как минимум, на три блока:

1) Создание и использование имеющихся сайтов с проверенной информацией о данных объектах;

2) Цифровое картографирование местности с подробным указанием путей к данным объектам и элементам инфраструктуры. Это позволит увидеть наличие данных объектов и заранее выбрать способы приезда к ним.

Объектами цифрового картографирования и виртуального более подробного ознакомления с объектами историко-культурного

наследия могут быть как отдельные памятники, так и целые историко-культурные пути, имеющие любые масштабы. На этой основе можно будет создавать карты культурного ландшафта. В мире есть примеры такого он-лайн картографирования (к примеру, «Английское национальное наследие», проект «Follow Nortampton», созданный в г. Норт-Гемптон в Англии) [1, с. 28]. Такого рода задачи и проекты ставятся и осуществляются и в России. Группа исследователей СПбГУ и Университета ИТМО (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики) разрабатывает проект создания системы цифрового картографирования этнокультурного наследия, ориентированной на регионы, микроареалы и локусы России и стран СНГ [1, с. 29]. На Юге России такими примерами могут быть культурные ареалы адыго-черкесского народа, чечено-ингушская культурная конгломерация, разнообразие дагестанского культурного мира, казачьи культурные ареалы, дольменная культура, группы памятников средневековья, античного и более древнего времени, большой ареал аланской культуры и т.д.

Верняев И. И., Новожилов А. Г., Кузьмина О. В. в своей статье «Картографирование этнокультурного наследия: мировой опыт и основные подходы к разработке» предлагают следующие позиции, которые составят основу для создания слоев в картографической системе:

- значимые исторические и этнокультурные объекты;
- исторические маршруты, пути;
- исторические события;
- праздничная, обрядовая, фестивальная культура;
- информация о языковом многообразии и статусе языков на конкретной территории;
- значимые здания, сооружения;
- памятники;
- конфессиональные объекты;
- значимые памятники хозяйственной деятельности;
- локальное знание;
- центры традиционных технологий, промыслов, ремесел [1, с. 30].

При поддержке ЮНЕСКО в данное время осуществляется системный проект этнокультурного картографирования территории Индии. Это может стать примером для реализации подобной всеобъемлющей программы и в России. Проект подразумевает, в част-

ности, картографирование феноменов материальной и нематериальной культуры и разного рода социокультурных практик – таких как искусство, локальные знания, промыслы и ремесла, танцы, музыка, локальные праздники и фестивали, ритуалы, процессии, разного типа культурно-коммуникационные места (торговые, религиозные объекты, памятники и др.).

Эта программа должна, на наш взгляд, быть дополнена еще одним условно третьим блоком работ:

3) Осуществление программ виртуальных экскурсий по всем материальным объектам культурного наследия с подробной и грамотно составленной информацией по ним.

Опыт такой работы имеется в Краснодарском крае, где осуществлены первые попытки создания таких виртуальных путешествий по местам религиозного поклонения, курортного отдыха. Это бы позволило сначала виртуально познакомиться с данной группой объектов всем желающим. Интерес к посещению мест зачастую складывается не сразу, иногда годами. Поэтому нужно обогащать культурную карту туристической сферы настолько максимально широко, насколько это вообще возможно.

6. После этого проводится работа по размещению заказов на характерное для данной местности ремесленное обеспечение туристической инфраструктуры – создание статуэток, предметов памяти о данных местах, различных поделок, предметов народного промысла и т.д. Эти изделия в массовом количестве должны быть доступны в соответствующих местах повышенного туристического внимания.

7. Организация работы по активному вовлечению местного населения в сферу туристического обслуживания. Без активности местного населения, без чувства их сопричастности к развитию туристической привлекательности территорий проживания, к развитию туризма невозможен успех туристического дела. В противном случае у местного населения обилие туристов будет вызывать лишь негативные чувства («живем мы здесь, а пользуются благами нашей местности иногородние туристические компании»). Между туристическими организациями и местными жителями должны установиться тесные партнерские отношения, в которых заинтересована каждая сторона.

8. Развитие инфраструктуры – дороги, караван-сарай (гостиницы, кафе и т.д.) – будет осуществляться постепенно, не сразу, с учетом степени внимания туристов к данным местам.



9. И только после этого и на основе этого можно говорить и обсуждать создание многообразных новых туристических маршрутов как средства развития туристической отрасли.

Можно предложить в качестве первого шага научному и экспертному сообществу в области туризма взять отдельные регионы России (к примеру, Краснодарский край и Республику Адыгею) и сделать всю информационно-сопроводительную часть работы надлежащим образом. Это значит полностью подготовить и издать физически и виртуально информационную часть, переиздать с исправлениями и комментариями имеющиеся ресурсы, подготовить цифровое картографирование и виртуальные экскурсии, задать векторы необходимой ремесленной поддержки, восстановить памятники, если они в том нуждаются. В общем, предпринять все усилия для того, чтобы превратить регион в образцово-показательный в плане организации и информационного сопровождения туристической деятельности.

Следующий шаг – перейти к другим регионам и провести аналогичную работу там. В *каждом населенном пункте* должны быть в свободной продаже масса информационных материалов, посвященных всем объектам наследия, памятным местам даже потенциально возможного туристического внимания, находящимся на территории данного населенного пункта. Это повысит и самооценку местных жителей и оценку территории, на которой они проживают. Достойный пример в этом отношении показывает организация в России паломнического туризма по святым местам, монастырям, храмам, мечетям, дацанам и хурулам.

Наряду с проблемами информационного обеспечения и сопровождения туристической деятельности, качества информации, предоставляемой в туристическом сегменте деятельности, недостатков в выборе алгоритма работы в данной сфере, существует серьезная и очень важная для решения задачи инкультурации и вовлечения всего объема культурного наследия в область актуального и потенциально возможного внимания туристов проблема правильной информационной подачи исторических событий и персон, которые являются неоднозначными, проблемными и даже болезненными для определенных этнических, социально-политических групп населения.

Исходя из позиции, что для полноценной успешной реализации этнокультурной политики необходимо вовлечение всего без всякого исключения культурного корпуса объектов наследия в этнокультур-

ный (и туристический) оборот, ставится задача найти соответствующие культурные смысловые ключи для этого. Все, что останется за рамками («за бортом»), так или иначе может и будет использоваться радикальными силами, не стремящимися к стабильному и гармоничному этнокультурному единству в нашей стране. В этом ракурсе туризм может служить как гармонизации, так и деструктивизации этнокультурной ситуации. Поэтому вопрос об инкультурации всего объема культурного наследия (как бы это не выглядело странным) довольно актуален и в то же время проблематичен, с точки зрения, полноценной этнокультурной политики. Вопрос о развитии туризма в России должен быть сопряжен с вопросом информационно-идеологического качества данной работы.

Сейчас модно говорить о культурном брендинге территории. Называется даже показатель повышения туристической привлекательности территории на 25%, если осуществлено культурное брендинг данной местности. В каждом населенном пункте должен быть свой бренд или свои бренды территории. Потенциально они есть на данных территориях. Задача заключается в том, чтобы актуализировать эти ресурсы. Должно позволить себе научиться ценить то, что мы имеем, пусть даже кажущимся на первый взгляд неоднозначным и противоречивым.

К примеру, неоднозначно воспринимается историко-культурное наследие, связанное с конфликтами народов, живущих на территории России. В первую очередь, это относится к событиям XIX в., периода условно называемой Кавказской войны. Приведем один известный пример.

На плато Мамрюк-Огой в 1,5 км от ст. Новосвободной Республики Адыгея есть старая разрушенная часовня. Она была построена в 1881 г. на месте посещения царем Александром II в середине сентября 1861 г. С этого места, кстати, открывается прекрасный вид на долину реки Фарс, гору Физиабго, Свято-Михайловский монастырь. Там же в 1866 г. был открыт бюст императору. Они были частично разрушены (часовня) и полностью уничтожены (бюст) во время Гражданской войны, и до сих пор не восстановлены. Сама станица Новосвободная называлась до прихода в нашу страну власти советов в честь данного события Царской. В станице сохранилось здание, в котором царь принимал представителей местных горских племен, чтобы попытаться остановить кровопролитную и невыгодную ни царской России, ни

местным народам войну. Здание долгое время заколочено и медленно разрушается. Это - примеры выпадения из процесса инкультурации объектов культурного наследия.

Следует предложить восстановить часовню (или построить рядом новую с сохранением старых развалин как напоминание о времени недостойного отношения к памятникам истории) и заново изваять бюст императору Александру II близ ст. Новосвободная, а также восстановить другой объект наследия – здание в самой станице, где царь встречался с представителями абазов и адыгов в 1861 г. Рядом со зданием целесообразно поставить новый памятник, на котором будет изображена та историческая встреча, как памятник мудрости обеих сторон конфликта, вопреки всей боли, вражде, недоверию, пытавшихся найти способы мирного урегулирования конфликта за столом переговоров. И не должно несколько умалять значимость такой попытки неуспехом тех переговоров. Сама попытка прекратить ненужный поток жертв с обеих сторон была проявлением мудрости и царя, и горцев. Это можно сделать к столетию печального события убиения царской семьи. Это также может стать этнокультурным брендом, привлекательным для туристов, тем паче места в этих краях прекрасные и близость монастыря в походной доступности.

Вместе с восстановлением данных объектов следовало бы издать сопроводительную литературу по данному вопросу и тем самым дать пример, как в будущем приводить в соответствие с туристическими запросами то культурное богатство, которым мы располагаем. Всегда нужно исходить из того, что туристический запрос потенциально есть к каждому имеющемуся объекту наследия. Неплохо бы создать и фильм о данном историческом событии, в некотором смысле реабилитируя миротворческую интенцию императора и горцев во время тех драматичных событий. Там можно провести и научную конференцию, посвященную межнациональным отношениям, уделив должное внимание и тем историческим событиям.

Таким образом, проблемы слабой информационной составляющей туристического сегмента рынка, инкультурации всего объема культурного наследия, качества предоставляемой экспертами и туристическими гидами информации, активного вовлечения местного населения в сферу туристического обслуживания должны быть решены, в первую очередь, для успешного развития туризма в России.

### **Использованная литература:**

1. Верняев И. И., Новожилов А. Г., Кузьмина О. В. Картографирование этнокультурного наследия: мировой опыт и основные подходы к разработке // Информационные ресурсы России, №1, 2015. С. 27-31.

2. Гуцалов А. А. Бои за Оплепен и их значение в битве за Кавказ (1942-1943) [Электронный ресурс] // Наследие веков. 2015. № 1. С. 49-62. URL: [http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2015/07/2015\\_1\\_Gutsalov.pdf](http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2015/07/2015_1_Gutsalov.pdf) (дата обращения 03.09.2015).

3. Мединский Р. И., Сафонов О. П., Мягков М. Ю., Королев Н. В., Коновалова Ю. Е. Военно-исторические маршруты России. Под ред. Мединского Р. И.. М.: Военно-историческое общество, Федеральное агентство по туризму Министерства культуры РФ, 2015.

4. Методическое пособие по созданию системы дорожных указателей к объектам культурного наследия и иных носителей информации. М.: Министерство культуры РФ, Департамент туризма и региональной политики, 2013.

### **Alexander A. GUTSALOV**

Cand. Sci. (History of Philosophy), Leading Researcher,  
Department for the Study of Cultural Heritage and Expert Activities,  
Southern Branch of the Russian Research Institute  
for Cultural and Natural Heritage  
Krasnodar, Russia

### **Scientific Methodical Support of the Tourist Activities in the North-Western Caucasus: Problems, Searches, Solutions**

*The article is devoted to the consideration of actual problems of development of the tourist industry in Russia with the involvement of foreign experience. The author reveals not only the main problems – weak information base, the lack of a unite base of places of a tourist attraction, the quality of the information supporting of the tourism industry, the enculturation of the entire complex of cultural heritage and its using in tourism, attracting of local people to the tourism work, etc. – but also an algorithm of needed work for a solving the identified problems is proposed. A particular attention is paid to the creation of the navigation systems, orientation information for tourists, as well as digital mapping of the area, detailed virtual information support for the tourist destination. Within the framework of the issue of cultural branding of territories, a method for the enculturation and involvement of the historically ambiguous heritage objects is proposed.*

**Keywords:** *tourism, information, tourist attraction, navigation, digital mapping, virtual tours, enculturation, cultural branding.*

### References:

1. Vernyaev, I. I., Novozhilov, A. G. and Kuz'mina, O. V., Kartografirovanie etnokul'turnogo naslediya: mirovoy opyt i osnovnye podkhody k razrabotke (Mapping of the Ethnocultural Heritage: World Experience and Basic Approaches to Development), *Informatsionnye resursy Rossii*, no. 1, 2015, pp. 27-31.

2. Gutsalov, A. A., Boi za Oplepen i ikh znachenie v bitve za Kavkaz (1942-1943) (Fighting for Oplepen and Its Significance in the Battle for the Caucasus (1942-1943)), *Nasledie vekov*, 2015, no. 1, pp. 49-62. URL: [http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2015/07/2015\\_1\\_Gutsalov.pdf](http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2015/07/2015_1_Gutsalov.pdf). Accessed September 3, 2015.

3. Medinskiy, R. I., Safonov, O. P., Myagkov, M. Yu., Korolev, N. V. and Konovalova, Yu. E., *Voenno-istoricheskie marshruty Rossii* (The Military Historical Routes of Russia), Medinskiy, R. I., Ed., Moscow: Voenno-istoricheskoe obshchestvo, Federal'noe agentstvo po turizmu Ministerstva kul'tury Rossiyskoy Federatsii, 2015.

4. *Metodicheskoe posobie po sozdaniyu sistemy dorozhnykh ukazateley k ob'ektam kul'turnogo naslediya i inykh nositeley informatsii* (Methodological Manual on the Creation of a System of Road Signs to Objects of Cultural Heritage and Other Information Carriers), Moscow: Ministerstvo kul'tury Rossiyskoy Federatsii, Departament turizma i regional'noy politiki, 2013.

Л. В. Намруева\*

## Сельские учреждения культуры как институты этнической социализации учащейся молодежи (на материале Республики Калмыкия)

Культурно-досуговые учреждения, являясь основными институтами социализации, успешно транслируют знания, культуру, тем самым не только адаптируя учащихся к условиям постоянно меняющегося социума, но и способствуя реализации и

---

\* НАМРУЕВА Людмила Васильевна – кандидат социологических наук, заведующий отделом социально-политических и экологических исследований Калмыцкого института гуманитарных исследований Российской академии наук Элиста, Россия. Электронная почта: [lnamrueva@yandex.ru](mailto:lnamrueva@yandex.ru).