

and future research directions. *European Journal of Innovation Management*. 2022. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

Cuter, 2021 – *Cuter E*. It's a Hard Life for the Cognitariat: How Lizzani's 1964 Film Depicts Precarious Intellectual Labor. *Image & Narrative*, 2021. 22(3). P. 36-49.

Cuter, 2023 – *Cuter E* Autofiction of the cognitariat: self-criticism of a bourgeois dog. *International Journal of Film and Media Arts*. 2023, 8(2). P. 70-88.

Keating, Melis, 2022 – *Keating A., Melis G*. Youth Attitudes Towards Their Future: the Role of Resources, Agency and Individualism in the UK. *Journal of Applied Youth Studies* 5, 2022. P. 1-18.

Pinchevski, 2023 – *Pinchevski A*. Social media's canaries: content moderators between digital labor and mediated trauma. *Media, Culture & Society*, 45(1). P. 212-221.

Reyes, 2021. – *Reyes A*. Mapping a Precarious Ethics in the COVID-19 Pandemic: Semiocapitalism, the "New" Cognitariat, and Chaosmosis. *KRITIKE: An Online Journal of Philosophy*, 2021. 15(3). P. 120-146.

Roberts, 2019 – *Roberts S*. Behind the Screen: Content Moderation in the Shadow of New Media. New Haven, CT: Yale University Press. 2019. 292 p.

Twenge, 2023 – *Twenge J.M*. Generations. The real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents – and what they mean for America's future. New York: Atria books, 2023

Voulvouli, 2019 – *Voulvouli A*. The vicious circle of precarity: cognitariats in the era of austerity and authoritarianism. *Social Anthropology/Anthropologie sociale*, 2019 27(S2). P. 48-62.

**УДК 316.42**

**Языкеев А. Н.,**  
аспирант,

*Российский государственный социальный университет, Москва*

### **Символы прошлого и образы будущего в стратегиях туристического развития территорий**

**DOI: 10.33979/2587-7534-2024-4-78-88**

*В статье рассматривается роль персонализированных образов в брендинге территорий. На примере социологических исследований, проведенных в разных городах и регионах, демонстрируется значимость исторических личностей и архитектурных объектов в символьном поле городов, а также возможности их использования в стратегиях туристического развития территорий. Работа демонстрирует, как образы прошлого, трансформируясь, могут формировать основу для видения будущего. Отдельно рассмотрены*

*сложности, которые могут возникать при использовании персонализированных образов в качестве значимых символов.*

**Ключевые слова:** *брендинг, туристическое развитие, персонализированные образы, символные объекты, образ будущего.*

**Yazykeev A. N.,**  
*postgraduate student,*  
*Russian State Social University*

### **Symbols of the past and images of the future in strategies of tourist development of territories**

*The article considers the role of personalized images in the branding of territories. On the example of sociological studies conducted in different cities and regions, the significance of historical personalities and architectural objects in the symbolic field of cities is demonstrated, as well as the possibilities of their use in the strategies of tourist development of territories. The work demonstrates how the images of the past, transforming can form the basis for the vision of the future. Difficulties may arise when using personalized images as significant symbols are considered separately.*

**Keywords:** *branding, tourism development, personalized images, symbolic objects, image of the future.*

#### **Введение**

Формирование туристической привлекательности территорий становится все более востребованным инструментом для развития российских городов и регионов. Различные аспекты туристического развития территорий рассматриваются в научных работах по экономической географии [Варивода, 2022], социологии туризма [Дусенко, 2022] и государственного и муниципального управления [Фролова, Рогач 2023], экономике регионов [Ильина, Жданчиков, 2023] и урбанистике. За последние годы приняты федеральные стратегии развития внутреннего туризма, более 125 региональных и муниципальных программ, профессиональные конкурсы и национальные рейтинги [Рейтинг, 2022]. Можно сказать, что мы переживаем этап становления отечественной туристической индустрии, ее институционализации, создания профессиональных стандартов и универсальных инструментов.

При этом практически повсеместно мы можем наблюдать возвращение интереса к историческим событиям, персонам, сохранению и восстановлению исторического архитектурного наследия. Что, в общем, естественно, поскольку исторические объекты чаще всего становятся точками притяжения для туристов, формируют уникальный колорит места. Но не только. Символы прошлого также становятся и основой самосознания жителей территорий, предметом гордости и

смысловыми точками сборки для формирования будущего. Мы можем на практике наблюдать справедливость теоретических обобщений Т. М. Дридзе об историчности как естественном свойстве городской среды [Дридзе, 1998], А. Н. Расходчикова о значимости символьных мест как части идентичности горожан [Расходчиков, 2022], В. Н. Алексеева о потенциале исторических объектов для формирования креативной экономики. Что, в свою очередь, дает нам основания рассматривать символы прошлого как смысловую основу для конструирования будущего.

Цель данной статьи – продемонстрировать, как образы прошлого, трансформируясь, могут формировать основу для видения будущего, на примере проектов туристического развития городов и регионов. Основой для данной работы послужили результаты социологических исследований, выполненных «Агентством социальных исследований «Столица», при непосредственном участии автора, а также собственные наблюдения в ходе поездок в различные города и регионы.

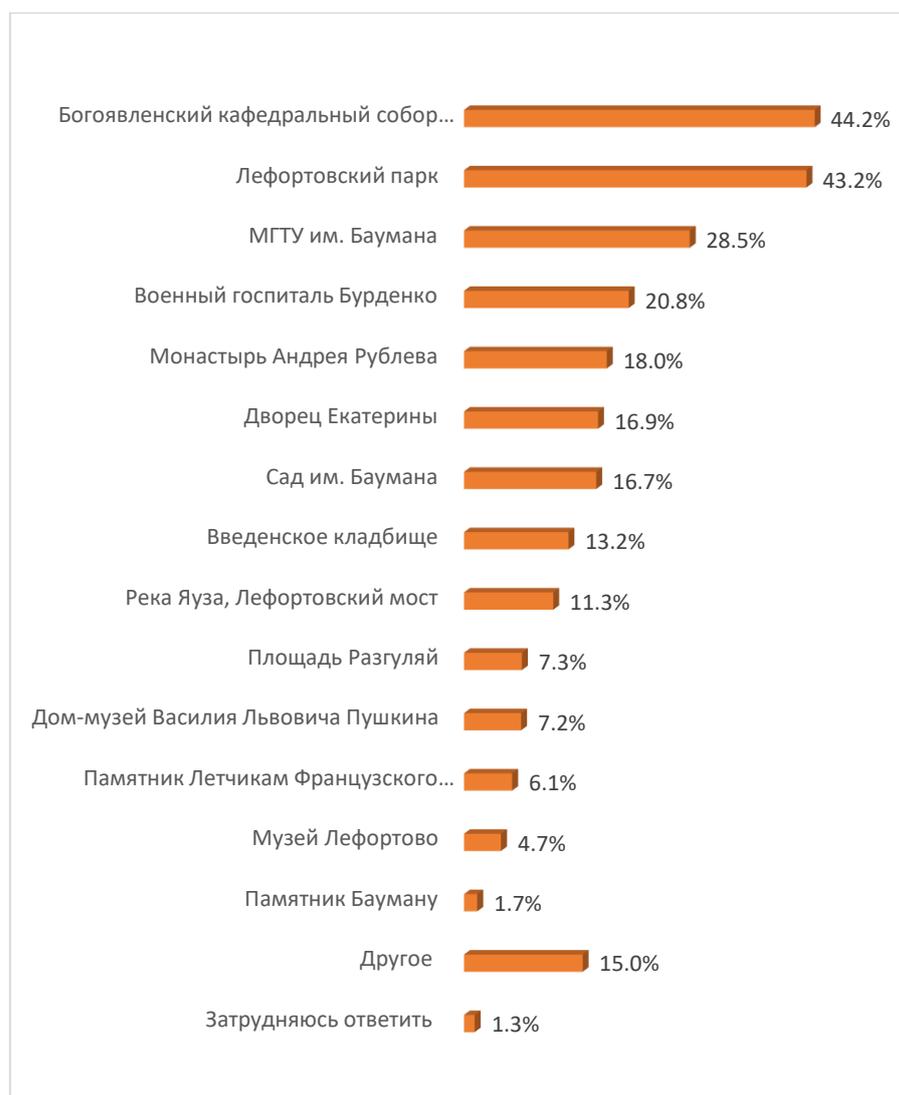
### **Символы прошлого и местная идентичность**

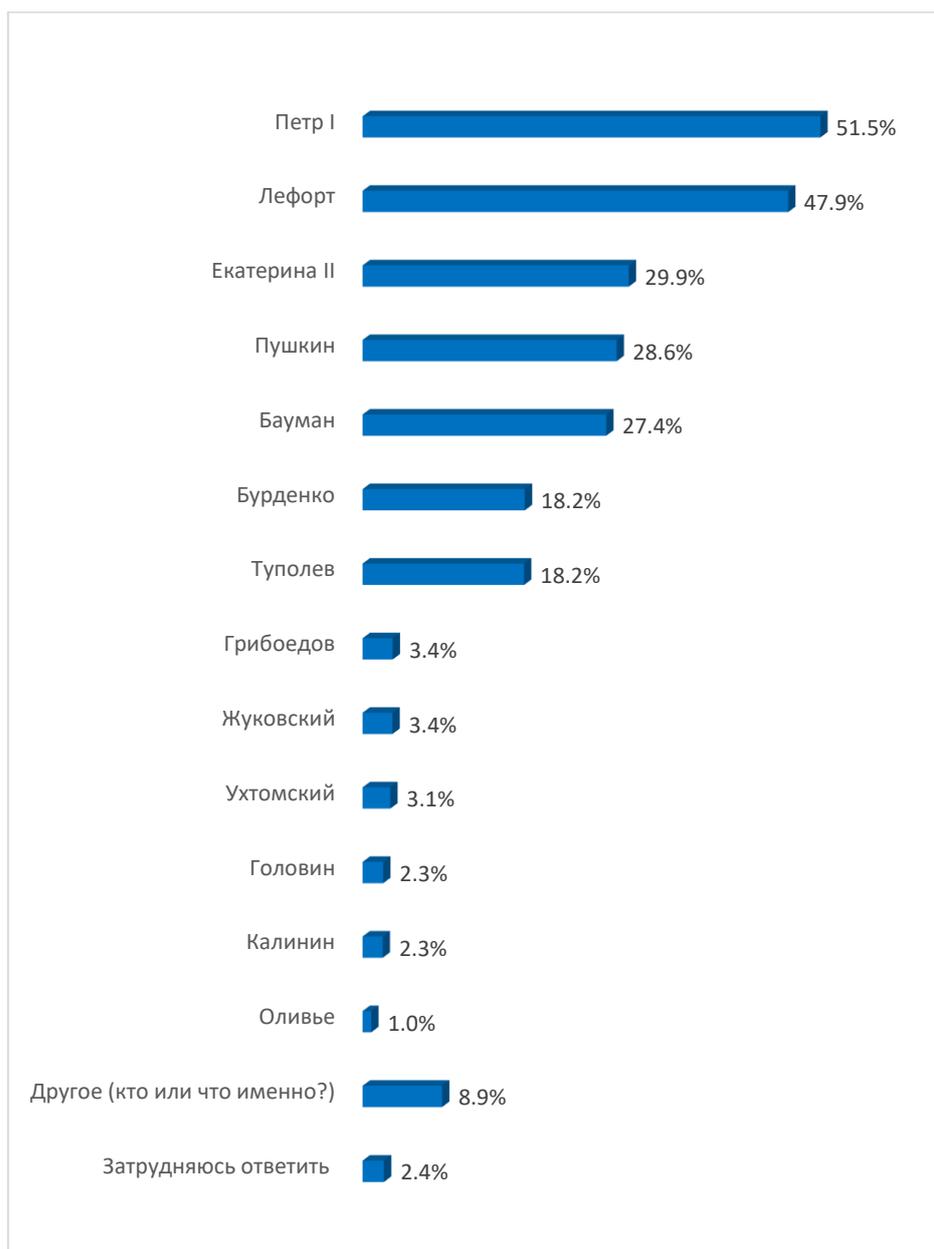
Хотя практически все города историчны, далеко не все события и элементы этой истории равнозначны в восприятии жителей. Так, события, которые историками могут восприниматься как чрезвычайно значимые, совсем не обязательно имеют такое же символьное значение в общественном мнении. И наоборот, события недавнего времени и современные городские объекты, которые историками и специалистами по культурному наследию могут не приниматься как значимые, при этом могут иметь большое символьное значение для горожан. Эта разница между историческим и социально значимым нашла свое отражение в работах Рабиновича и подготовленной им методике социально-исторического исследования [Рабинович, 2017].

Для целей туристического развития территорий, разработки специальных программ и событийных календарей нами был разработан специальный инструментарий проведения социологических исследований символьного поля городов и регионов. Он предусматривает выявление мнения жителей в отношении значимости трех основных типов символьных объектов: природных территорий, исторических личностей, связанных с городом, и архитектурных объектов. Такое разделение обусловлено, во-первых, тем, что значимых объектов может быть много и выделение отдельных типов более удобно для практического использования в инструментарии исследований. А, во-вторых, связано с различной природой этих символьных объектов: природа, личности, архитектура.

Целый ряд исследований, проведенных за последние годы, демонстрирует, что такой подход позволяет выявлять значимые символьные объекты на разных масштабах: на уровне городского района, города, агломерации или региона. Данные результаты имеют практическое значение для формирования туристических маршрутов, списков достопримечательностей и событийных календарей. Приведем несколько примеров таких исследований, проведенных в разные годы в Москве, городах южного Подмосковья и Калининграде.

В силу того, что Москва как мегаполис представляет собой довольно большую территорию, зачастую сформировавшуюся в результате присоединения отдельных городов, слобод и поселений, каждое из которых имеет свою историю, изучение символического поля здесь целесообразно проводить на уровне отдельных районов. В 2020 году такое локальное исследование было проведено на территории двух исторических районов Москвы: Лефортово и Басманный. Исследование показало, что эти исторические районы Москвы обладают богатым символическим потенциалом, хорошо осознаваемым жителями. Среди исторических личностей респонденты чаще всего выделяли Перта I и его сподвижника Лефорта, также значимыми для данных районов можно назвать фигуры императрицы Екатерины II, Александра Сергеевича Пушкина (по одной из версий, здесь располагался дом, в котором великий поэт родился, к сожалению, само здание уже утрачено) и революционер Бауман. Среди архитектурных объектов символическую значимость здесь имеют Лефортовский парк и госпиталь Бурденко. Большое значение для районов имеют также историко-культурные объекты (Богоявленский кафедральный собор – и дворец Екатерины), а также центры современного искусства (школа акварели Сергея Андрияки – «Артплей» – и Винзавод).



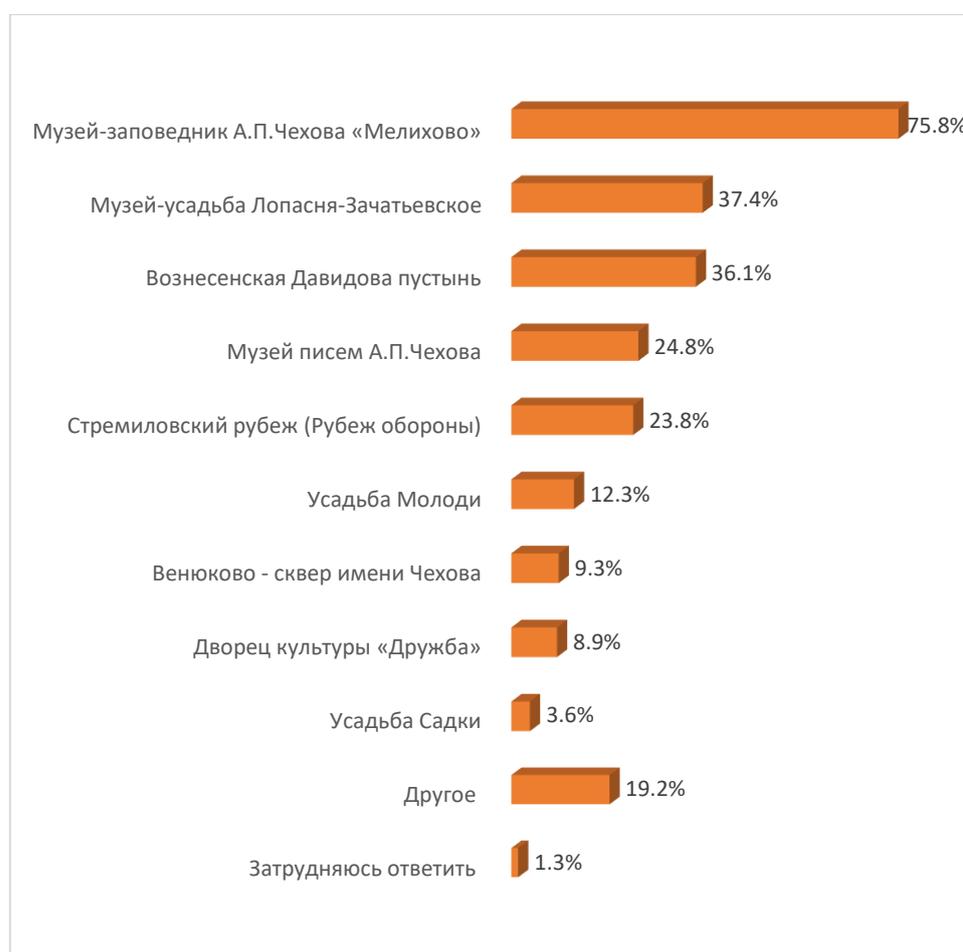


*Рисунок 1. Распределение ответов на вопросы: Какие архитектурные объекты, памятники, места, и т.п. в вашем районе можно было бы назвать символами района? Какие исторические персоны вы бы могли выделить как наиболее значимые и узнаваемые в вашем районе?*

В районах Лефортово-Басманный среди стратегий развития можно выделить такие направления, как сохранение и развитие историко-культурной составляющей района, усиление музейно-выставочной деятельности и развитие Арт-кластера. Сохранившиеся архитектурные ансамбли прошлых веков, наличие знаковых исторических объектов позволяют формировать здесь уникальную и привлекательную городскую среду с опорой на богатую историю районов. Наличие природных парков и высокий уровень озеленения позволяют также развивать прогулочно-пешеходные зоны в районах, формировать полноценную инфраструктуру для городского отдыха. Важным ресурсом

развития районов, особенно Басманного, являются также центры современного искусства «АртПлей» и «Винзавод».

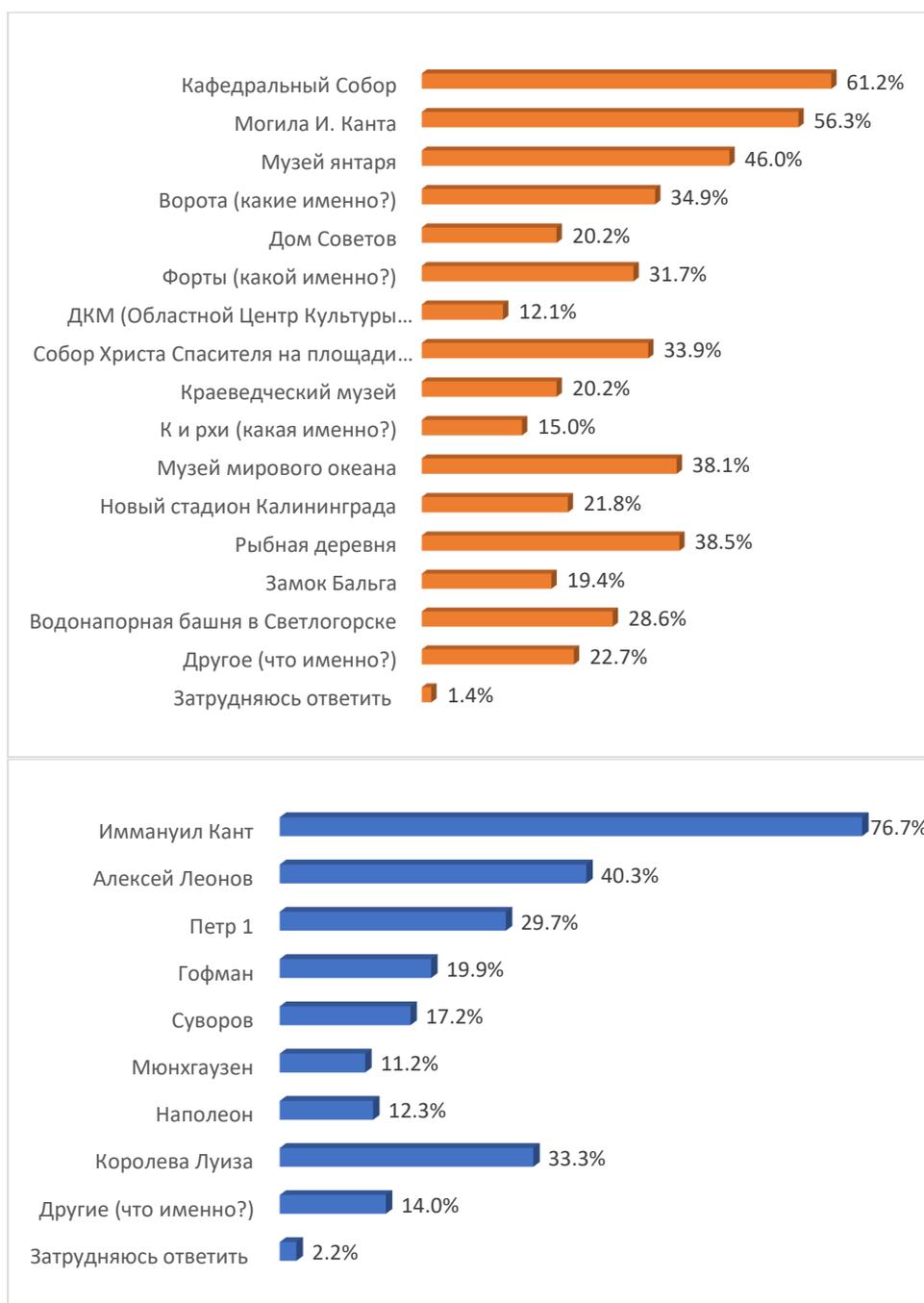
Вторым примером может быть исследование, проведенное в городах Южного Подмосковья (Серпухов, Чехов, Ступино, Пущино, Протвино) в 2021 году, в ходе исследования по изучению особенностей формирования Серпухово-Чеховской распределенной агломерации. В каждом из городов, участвовавших в исследовании, в общественном сознании памяти жителей присутствует значительное количество исторических мест, дат и имен, которые участники опросов обозначают как значимые. В Серпухове — это Соборная гора, монастыри и недавно реконструированная площадь Ленина. В Чехове на первое место выходит личность писателя А. П. Чехова, здесь же расположен посвященный ему музей-заповедник «Мелихово», где ежегодно проходят масштабные театральные фестивали и располагается музей писем. Среди других символических объектов жители чаще всего упоминали музей-усадьбу «Лопасня-Зачатьевское», Вознесенская Давидова пустынь и Стремилковский рубеж обороны во время Великой отечественной войны. Если мы обратимся к стратегиям развития города, — чаще всего на первое место в ответах респондентов выходит возможность использования богатой истории и архитектурного наследия для туристического развития.





*Рисунок 2. Распределение ответов на вопросы: Какие архитектурные объекты, памятники, места, и т.п. в вашем городе можно было бы назвать символами города? / какие исторические персоны вы бы могли выделить, как наиболее значимые и узнаваемые в истории вашего города?*

Третий пример: Калининградская область, где в 2018 году проводилось исследование «Символы Калининградской области и новые туристические возможности» [Языкеев, 2018]. Здесь наиболее значимой исторической личностью, по мнению жителей, является Иммануил Кант; с ним связана и главная достопримечательность города – Кафедральный собор с могилой философа (Рис. 3). Среди личностей, имеющих символическое значение для региона, респонденты также называли космонавта Алексея Леонова (в Калининграде он окончил школу), пребывавшего здесь с посольством Петра I и прусского писателя-сказочника Эрнста Гофмана. Среди символьных объектов жители выделяли как исторические памятники: Музей янтаря (расположенный в башне Дона), городские ворота, форты и кирхи, так и современные объекты: Дом Советов (советская постройка, недавно утраченная), музей мирового океана, рыбную деревню и Собор Христа Спасителя на главной площади города. Особенностью данного региона является некоторое противоречие между символами прусским и советско-российским этапами истории. Тем не менее, историческая фигура Иммануила Канта здесь активно используется в культурных и туристических мероприятиях, а также сувенирной продукции.



*Рисунок 3. Распределение ответов на вопросы: Какие архитектурные объекты Вы бы могли выделить, как наиболее значимые и узнаваемые в Калининградской области для Вас? / Какие исторические персоны Вы бы могли выделить, как наиболее значимые и узнаваемые в истории Калининградской области для Вас?/ Скажите, какие географические объекты Вы бы могли выделить, как наиболее значимые в Калининградской области для Вас?*

Некоторые различия в символическом восприятии наблюдаются среди разных поколений жителей области, а также среди коренного населения и недавно приехавших. Так, по мнению молодого поколения (от 18 до 34 лет), самой

значимой исторической фигурой для региона является известный философ Иммануил Кант. Представители старшего поколения гораздо чаще вспоминали Алексея Леонова. Как коренные, так и недавно приехавшие жители Калининградской области выделяют в качестве главного символа янтарь. Однако последние гораздо реже отмечали Балтийское море и личность Канта, при этом каждый пятый из «новых жителей» считает значимым символом региона Андреевский флаг.

Представленные исследования демонстрируют, что персонализированные образы часто выступают значимыми символами городов и регионов, формируя стратегии развития территорий, направленные в будущее. Так, символы прошлого могут становиться образами будущего, формируя основу для туристической привлекательности, социального и экономического развития городов и регионов.

### **Заключение**

Персонализированные образы довольно часто используются в брендинге, от рекламы товаров и торговых марок, до формирования позитивного, узнаваемого имиджа городов и регионов [Старов, 2010]. Это может быть историческая личность, современная знаменитость, выдуманный персонаж или даже мультипликационный герой. Персонализированный образ упрощает визуальную коммуникацию с аудиторией, обладает человеко-размерностью, способен как обобщать привлекательные черты, так и выделяться собственной индивидуальностью. Однако ряд исследователей отмечает и опасности использования персонализированных образов в рекламе, связанной с негативными сторонами исторических персон или неуместным поведением звезд.

В то же время, в коллективных представлениях исторические персоны символизируют определенную эпоху, поэтому нередко вокруг их использования возникают конфликтные ситуации. Так, установка памятников князю Владимиру в Москве и Ивану Грозному в Орле были восприняты неоднозначно, из-за спорного отношения к этим историческим личностям. Спор при выборе имени аэропорта Храброво в Калининграде, где императрица Елизавета по итогам интернет-голосования все же победила Иммануила Канта, связан с тем, что образ Канта связан с прусским этапом в истории региона, а Елизаветы Петровны с российским. Хотя исторические персоны используются в брендинге территорий на основании их отношения к месту, формирование персонализированного образа для целей туристического развития городов и регионов требует взвешенного подхода. Помимо достижений и недостатков персонажа необходимо также учитывать исторический контент, в котором происходили связанные с человеком события, а также ассоциации, которые они вызывают.

Стоит отметить, что использование персонализированных образов открывает также новые возможности для исследования образов будущего. Здесь имеет значение способность исторических личностей становиться символами определенной эпохи: героического, трагического или, наоборот, спокойного и благополучного времени. Можно предположить, что изменение популярности

тех или иных исторических персонажей может быть связано, в том числе, и с общественными ожиданиями, запросами на желаемое состояние общества и государства.

### Список литературы

Варивода, 2022 – *Варивода В. С.* Туризм как приоритетное направление пространственного развития регионов Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2022. Т.16. №5. С. 56-65.

Дридзе, 1998 – *Дридзе Т.* Градоустройство: от социальной диагностики к конструктивному диалогу заинтересованных сторон. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998.

Дусенко, 2022 – *Дусенко С. В.* О становлении социологии туризма // Актуальные проблемы развития туризма : Материалы VI международной научно-практической конференции, Москва, 16–17 марта 2022 года. г. Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)", 2022. С. 42-46.

Ильина, Жданчиков, 2023 – *Ильина И. Н., Жданчиков П. А.* Анализ эффективности туристских потоков на основе оценки вклада туризма в региональную экономику // Экономический анализ: теория и практика. 2023. Т. 22, № 11(542). С. 2061-2077.

Рабинович, 2017 – *Рабинович Е. И.* Исторический социокультурный портрет региона: методология задачи и исследования // Россия и мир: глобальные вызовы и стратегии социокультурной модернизации : материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 12–13 октября 2017 года / Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук. Москва: Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2017. С. 221-225.

Расходчиков, 2022 – *Расходчиков А. Н.* «Образы будущего и сохраненное прошлое: возможности и противоречия развития российских городов» // Образ будущего : Сборник тезисов Второй Международной научно-практической конференции, Орёл, 24–25 февраля 2022 года. Орёл: Издательство «Картуш», 2022. С. 175-176.

Рейтинг, 2022 – Рейтинг регионов России по доходам населения. Текст :электронный // РИА-рейтинг, 20.06.2022 г. URL : <https://riarating.ru/infografika/20220620/630224442.html> (дата обращения: 07.12.2024)

Старов, 2010 – *Старов С. А.* Управление брендами: Учебник. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. 500 с.

Фролова, Рогач, 2023 – *Фролова Е. В., Рогач О. В.* Ограничения и перспективы развития внутреннего туризма в регионах России // Экономика региона. 2023. Т. 19, № 1. С. 208-219.

Языкеев, 2018 – Языкеев А. Есть потенциал для развития. Символы региона и его туристические возможности // Город, где сбываются мечты : Аналитический альманах. Москва : Фонд «Московский центр урбанистики «Город», 2018. С. 6-11.

**УДК 631.1(575.2):004**

**Борисенко Н. А.,**  
кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономической теории,  
Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б. Н. Ельцина

### **Точное земледелие в Кыргызстане: туманное будущее или философская формальность**

**DOI: 10.33979/2587-7534-2024-4-88-96**

*В данном исследовании предпринимается попытка ответить на актуальный вопрос о будущем земледелия в Кыргызстане с учетом существующих реалий экономических возможностей фермеров и уровня технологий, применяемых в большей мере в аграрном секторе. Автор рассматривает проблемы стратегического планирования с позиции futures studies, указывая на роль, которую могут в этом сыграть методологические подходы Futures Consciousness, форсайта и опережающего управления.*

**Ключевые слова:** *точное земледелие, цифровизация сельского хозяйства, государственная поддержка АПК, futures studies.*

**Borisenko N. A.,**  
Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor of the Department of Economic Theory,  
Kyrgyz-Russian Slavic University named after B. N. Yeltsin

### **Precision agriculture in Kyrgyzstan: a vague future or a philosophical formality**

*This study attempts to answer the urgent question of the development of agriculture in Kyrgyzstan, considering the existing realities of the economic opportunities of farmers and the level of technologies used to a greater extent in the agricultural sector. The author examines the problems of strategic planning from the perspective of futures studies, pointing out the role that the methodological approaches of Futures Consciousness, foresight and Anticipatory Governance can play in this.*

**Keywords:** *precision agriculture, digitalization of agriculture, state support for agriculture? futures studies.*