

Социальный статус экскурсовода как культурного посредника в трансляции символических смыслов

Татьяна В. Белецкая

*Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта,
Калининград, Россия, beletskaya.t@gmail.com*

Аннотация. В статье анализируется влияние актуальных социальных изменений на социальный статус экскурсовода. Обосновывается, что, несмотря на многообразие функций экскурсоводческой деятельности, ключевое значение для современного общества сохраняет роль экскурсовода как культурного посредника. Приводятся доводы в поддержку того, что экскурсоводы принадлежат к среде интеллигенции и способствуют на формирование и трансляцию символических смыслов, способствуя межгрупповому диалогу и достижению общественного консенсуса. На материале интервью с калининградскими гидами рассматриваются основные социальные проблемы, с которыми сталкиваются экскурсоводы в условиях растущей коммерциализации и технологизации туристических услуг. Делается вывод, что основные статусные вызовы для гидов сегодня представляют размытость границ профессиональной принадлежности, недостаток социального признания профессиональных компетенций, а также сложность адаптации экскурсионной деятельности к условиям цифровой экономики. Доказывается, что, тем не менее, в своей основе экскурсоводы подтверждают статус интеллектуального сообщества и имеют характерные для него запросы.

Ключевые слова: экскурсовод, символический капитал, интеллигенция, социальный статус, Калининградская область

Для цитирования: Белецкая Т.В. Социальный статус экскурсовода как культурного посредника в трансляции символических смыслов // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2024. № 3. С. 77–90. DOI: 10.28995/2073-6401-2024-3-77-90

Social status of the tour guide as a cultural broker in the transmission of symbolic meanings

Tatiana V. Beletskaya

*Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia,
beletskaya.t@gmail.com*

Abstract. The article analyzes the impact of current social changes on the social status of the tour guide. It is substantiated that, despite the variety of functions of tour guiding, the role of a tour guide as a cultural mediator remains of key importance for modern society. It is argued that guides belong to the community of intellectuals and influence the formation and transmission of symbolic meanings, promoting intergroup dialogue and public consensus. The main social issues faced by tour guides in the context of growing commercialization and technologization of tourism services were identified based on interviews with tour guides in the Kaliningrad region. It is concluded that the main challenges to the status of guides today are the blurred boundaries of occupation, lack of social recognition of professional competencies and the difficulty of adapting excursion activities to the conditions of the digital economy. It is proved however that at their core, tour guides confirm their status of the intellectual community and have requests characteristic of it.

Keywords: tour guide, symbolic capital, intelligentsia, social status, Kaliningrad region

For citation: Beletskaya, T.V. (2024), "Social status of the tour guide as a cultural broker in the transmission of symbolic meanings", *RSUH/RGGU Bulletin. "Philosophy. Sociology. Art Studies" Series*, no. 3, pp. 77–90, DOI: 10.28995/2073-6401-2024-3-77-90

Введение

В современном обществе экскурсионная деятельность приобретает все большие масштабы, ее внутренняя структура усложняется и дифференцируется. Растущая конкуренция за туристический интерес, развитие цифровых технологий стимулируют появление новых экскурсионных форматов. Как отмечает К.А. Кожанов, хотя экскурсия в настоящий момент «остаётся инструментом формирования образа города, источником и проводником в потоке знаний о нем», в то же время она «приобретает черты многофункционального явления массовой культуры, что отражается в трансформации ее содержания» [Кожанов 2021, с. 54]. При этом все большее влияние на экскурсионную деятельность оказывают экономические и политические факторы.

Под воздействием обозначенных процессов в настоящий момент активно трансформируется и профессиональная структура экскурсоводческого сообщества. Проблема расплывчатости границ статуса экскурсовода уже достаточно давно является предметом социологической рефлексии [Cohen 1985, с. 24; Holloway 1981, с. 398]. Тем не менее развитие Интернета и социальных сетей еще более расширило доступ к занятию экскурсоводством представителям самых различных сфер деятельности [Жигунов, Шарова 2021, с. 34]. Но одним из главных катализаторов ролевого конфликта для экскурсоводов, на наш взгляд, является масштабная коммерциализация туристической сферы. Формирующееся под ее влиянием отношение к гидам как к обслуживающему персоналу вызывает у них, как у представителей интеллектуальных слоев, сильное ролевое напряжение, ведет к дезориентации в определении моделей профессионального поведения, кризису идентичности, что сказывается и на реализуемых ими социально значимых функциях. Для экскурсоводов сегодня особенно актуализируется проблема накопления символического капитала своего социального статуса, заключающаяся в необходимости повышения общественного доверия к профессиональным навыкам, поддержании репутации, соблюдения этических кодексов со стороны различных акторов, вовлеченных в экскурсионный процесс, признания компетенций и т. п. [Бурдые 2001, с. 102].

Ввиду этого цель данной статьи заключается в анализе влияния современных процессов на социальный статус экскурсовода и связанных с этим проблем реализации им функций культурного посредника.

Принадлежность экскурсоводов к среде интеллигенции

Несмотря на всю широту сфер экскурсионной занятости, в своем ядре экскурсоводческое сообщество отвечает критериям, предъявляемым к интеллигенции. А именно – представляет собой творческую группу людей умственного труда, вырабатывает собственную гражданскую и нравственную позицию и в ходе реализации своей деятельности приобщает широкие социальные слои к культурным достижениям (см. определение интеллигенции: [Тощенко 2019, с. 14]).

В России экскурсоводство было связано с интеллигентной средой с момента своего становления. Еще в начале XX в. историк И.М. Гревс внедрил экскурсионный метод в процесс университет-

ского преподавания. В дальнейшем методику экскурсионного дела активно исследовал и развивал его ученик Н.П. Анциферов. При этом их разработки во многом носили не только исторический и культурологический, но также, пусть и не явно выраженный, социологический характер, особенно в области городских исследований [Кожанов 2019, с. 205]. В «Душе Петербурга» Н.П. Анциферов отмечает глубокое содержание экскурсоводческой деятельности и критикует практику «невежественных фантазеров-гидов» представлять город лишь как «музей достопримечательностей» [Анциферов 1922, с. 18]. Настоящая задача экскурсовода, по его мнению, состоит в том, чтобы раскрыть экскурсантам саму душу города, «освободить ее из материальной оболочки... в недрах которой она сокрыта» [Анциферов 1922, с. 19]. Таким образом, Анциферов задает высокую интеллектуальную и моральную планку экскурсоводческой деятельности: чтобы раскрыть «душу» города другим, сперва ее необходимо не только познать, но и понять, полюбить и принять самому. Видный представитель советского экскурсоводства Емельянов Б.П. был убежден, что профессиональное мастерство экскурсовода относится к педагогическому, а сам экскурсовод может быть определен как

...педагог, деятельность которого ставит своей главной задачей обучение и воспитание людей, формирование личности, ее знаний и убеждений [Емельянов 2007, с. 69].

Проведение экскурсий и сегодня требует весьма серьезной интеллектуальной подготовки. Экскурсовод в своей практике кумулирует достижения различных областей научного знания, развивает энциклопедическое мышление, углубляет познания в культуре. Для успешной профессиональной реализации он должен разбираться в истории как своего края, так и всей страны, ориентироваться в самых разнообразных видах искусства – от живописи и скульптуры до архитектуры. И это даже не специфика музейных гидов, это знание востребуется уже для самых простых ознакомительных экскурсий, например по центру города. Помимо этого от экскурсовода требуется знание и в области естественных наук. Экскурсовод предоставляет информацию о географическом положении, о природных объектах, биологическом разнообразии, особенностях климата и т. п. Также он должен быть осведомлен о социально-демографических показателях, экономических особенностях. Экскурсоводческая деятельность тесно связана и с лингвистикой. И это не только знание иностранных языков, это также и понимание этимологии, топонимики, значения слов.

*Социальное значение экскурсоводческой деятельности:
культурные посредники и трансляторы смыслов*

Экскурсовод не только накапливает собственный багаж знания, но и транслирует его в ходе экскурсий. Публичность экскурсоводского сообщества, наличие у него каналов коммуникации с другими социальными общностями и группами, обеспечивающих возможность оказывать влияние на их представления друг о друге, делает его важным актором в формировании общественного договора.

Под общественным договором в данном случае понимается своеобразный консенсус между различными социальными общностями по поводу существующих ценностей, норм, целей и путей социального развития [Тощенко 2023, с. 42]. В классических теориях общественный договор изначально рассматривался как политический проект. В трудах Т. Гоббса, Дж. Локка, Ж.-Ж. Руссо концепция общественного договора выводится на основе сопоставления естественного и общественного состояний. Общественный договор у них – это рациональная основа делегирования властных полномочий государственному институту, это своеобразный взаимовыгодный контракт между народом и правителями. Но не только государство, а вообще, в принципе, любые достаточно крупные социальные общности представляют сегодня сложные дифференцированные системы, между структурными элементами которых возникают столкновения и противоречия, требующие согласования. То есть общественный договор в широком смысле допустимо рассматривать не только на уровне взаимодействия народа и политических институтов, но и как основу достижения сплоченности и солидарности внутри различных социальных сообществ, в том числе и территориальных [Тощенко 2023, с. 50]. Общественный договор – это своеобразная констелляция различных частных интересов и целей, достижение относительного равновесия которых способствует социальному развитию в целом. Подобное прочтение раскрывает значение наличия каналов коммуникации между различными социальными группами, а также и социальных акторов, способствующих обмену мнениями между нами, формированию взаимопредставлений и достижению взаимопонимания.

Эти функции, в том числе, выполняют и экскурсоводы. Развивая собственную критическую позицию, они дают оценку социальным явлениям и процессам, тем самым оказывая влияние на состояние общественного мнения по актуальным социальным проблемам. Значение роли экскурсовода как культурного посредника (*“cultural broker”*) [Salazar 2014, с. 1–2] носит масштабный и комплексный характер и раскрывается на нескольких уровнях социальных взаимодействий.

1. Экскурсовод выступает посредником межкультурного диалога между местными жителями и иностранными туристами, тем самым оказывая определенное влияние и на отношения между государствами на международной арене. От качества работы экскурсовода во многом зависит то впечатление, которое сложится у туристов о стране и населяющем ее народе. При посещениях других стран путешественники зачастую ярко ощущают контраст традиций, социальных практик, повседневных ритуалов. Столкновение с иным, неизвестным и непонятым, может рождать не только положительные эмоции, но и такие негативные, как чувство неприятия, отвращения, страха и даже ненависти. В силах экскурсовода донести до внешней общественности логику жизненного уклада местных жителей, разъяснить их обычаи, пролить свет на историю, обосновать систему ценностей, тем самым обеспечивая толерантность к другой культуре. Ввиду этого экскурсоводческая деятельность способствует сближению различных народов, их взаимопониманию, добрососедству и т. п.

Можно сказать, что экскурсоводческая деятельность в современных условиях имеет стратегическое значение, поскольку от ее успешной реализации зависит дальнейшее развитие туристической дестинации, привлечение инвесторов, проведение культурных и спортивных мероприятий и т. д. То есть экскурсовод оказывает воздействие на формирование положительного имиджа государства, что также влечет за собой и получение политических выгод.

2. Экскурсовод выполняет роль посредника в достижении взаимопонимания и между различными группами населения внутри одной страны. Это особенно актуально в случае Российской Федерации, территориальные субъекты которой весьма отличны друг от друга. Экскурсовод способствует знакомству приезжих и туристов с историей, традициями края, помогает ощутить культурную близость с местным населением, достичь взаимопонимания и чувства единения, то есть, по сути, способствует формированию национальной идентичности.

3. Экскурсоводы способствуют консолидации и местного населения, участвуют в обсуждении и выработке целей, стратегий и программ территориального развития. Экскурсоводческое сообщество тесно взаимодействует с образовательной средой, с историками и краеведами, музейным персоналом, представителями культурного сообщества, литераторами, общественными деятелями. Культурный и умственный багаж, которым владеет экскурсовод, способствует выработке у него критического взгляда на происходящие в обществе процессы, ввиду чего для многих экскурсоводов характерна активная гражданская позиция.

Современные вызовы и социальные проблемы деятельности экскурсовода

В настоящий момент экскурсоводы в профессиональной сфере сталкиваются с новыми вызовами и трудностями, которые препятствуют реализации ими в своей деятельности социально значимых функций. На основе анализа проведенных интервью с калининградскими экскурсоводами ($n = 12$) были выделены следующие актуальные проблемы, с которыми они сталкиваются в ходе реализации своей деятельности.

1. Растущая конкуренция внутри профессионального сообщества экскурсоводов, размытие критериев профессиональной принадлежности. Долгое время Калининградская область не привлекала значительного притока туристов, скорее выполняя функцию военного форпоста страны. Ситуация стала меняться в 2000-е гг., большую роль в туристической популяризации области сыграло празднование в 2005 г. 750-летия Кенигсберга-Калининграда, к которому были воссозданы и отреставрированы значимые исторические достопримечательности. Как ни парадоксально, но дальнейшими толчками к развитию туризма послужили такие события, как валютный кризис в России 2014–2015 гг., пандемия COVID-19 и специальная военная операция ВС РФ на Украине. Подорожание и закрытие популярных у россиян зарубежных туристических направлений стимулировало развитие внутреннего туризма и, в частности, позволило раскрыться рекреационному потенциалу Калининградского региона. По заявлению министра культуры и туризма Андрея Ермака, в 2023 г. область посетили свыше 2 млн туристов¹, а численность туристов, размещавшихся в отелях и гостиницах, по данным Росстата, составила 898 772 человека (на 17% больше по сравнению с 2022 г. и на 37% больше по сравнению с 2019 г.)². Если еще десять лет назад перспективы развития туризма в области были весьма неоднозначны ввиду ее военной специфики, анклавного положения, состояния исторической архитектуры и т. п., то сейчас она уверенно занимает ведущие места в различных туристических рейтингах и опросах. В 2023 г.

¹ В Калининградской области сообщили, что в 2024 г. турпоток в регион вырастет на 10% // Тасс. 12.12.2023. URL: <https://tass.ru/obschestvo/19520299> (дата обращения 5 февраля 2024).

² Численность размещенных граждан в коллективных средствах размещения // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области. 29.04.2023. URL: https://39.rosstat.gov.ru/tourism_1 (дата обращения 5 февраля 2024).

Калининградская область на 17-м месте вошла в «золотую» тридцатку Национального туристического рейтинга, а парк «Куршская коса» занял третье место по посещаемости среди национальных парков России³.

Туристический бум последних лет стимулировал приход в профессию экскурсовода представителей самых различных отраслей деятельности, зачастую не только без профильного образования, но и вообще каких-либо подготовительных курсов [Жигунова, Шарова 2021, с. 34]. Калининградские гиды также отмечают, что регулярно сталкиваются с непрофессионалами в процессе проведения экскурсий:

Иногда люди какие-то сторонние на Куршской косе куда-то кого-то ведут, что-то рассказывают (*ж.*, 39);

Проводят по типу: я – таксист, но, в принципе, я могу выйти, рассказать экскурсию (*ж.*, 56); Сталкиваемся с этим зачастую: а нам, вот, таксист сказал, что это так-то и так-то (*ж.*, 38);

Многие не то, чтобы недобросовестны, но неквалифицированы. Я просто живу возле Музея Мирового океана, там гид рассказывает про нижнюю часть моста, говорит, а этот мост принадлежит ЖД, а он уже давно не принадлежит, это часть Музея Мирового океана (*ж.*, 42).

Подобные замечания свидетельствуют о нарастании напряженности внутри экскурсоводческого сообщества между «профессионалами» и «любителями». Опытные гиды и гиды, вкладывающие ресурсы в свое образование в настоящий момент, критически настроены по отношению к неофитам.

2. Изменение федерального законодательства в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов) и введение обязательной аттестации. Согласно Федеральному закону от 20.04.2021 № 93-ФЗ, с 1 июля 2023 г. на территории РФ запрещено проводить экскурсии неаттестованным экскурсоводам. В целом в ходе обсуждения гиды выразили согласие в том, что аттестация нужна, но выделили и ряд связанных с ней проблем. Среди положительных эффектов аттестации некоторые указали на то, что аттестация стимулировала их к получению дополнительного образования, поиску информации, повышению квалификации. Ряд респондентов считает, что аттестация как раз сможет помочь бороться с непрофессионализмом:

³ Национальный туристический рейтинг – 2023 // Национальный рейтинг. 22.01.2024. URL: <https://russia-rating.ru/info/22275.html>

Не нужно, чтобы у каждого требовали сертификат и проверяли с фонариком в лицо. Но нам самим аттестация нужна хотя бы для какой-то внутренней регуляции, чтобы был какой-то внутренний инструмент, чтобы мы сами могли подойти и спросить: «А кто вы такой? Почему вы это рассказываете?» (ж., 42).

Тем не менее было отмечено, что не совсем ясным остается формат проведения аттестации, способы подготовки к ней. Спорным для некоторых респондентов является и содержание аттестационных вопросов. Среди серьезных недостатков аттестационного процесса в Калининградской области было отмечено отсутствие каналов обратной связи с правительственными структурами.

«Хорошо, вы сделали вот закон. Министерство туризма и культуры выставило свои приказы по аттестационной комиссии в соответствии с постановлением правительства Российской Федерации. Но не было ни одного телефона, по которому можно было бы задать вопрос» (ж., 39);

«Если власть хочет аттестации, то дайте возможность нам подготовиться» (ж., 38).

Сходное отношение, заключающееся в признании необходимости аттестации, но с наличием опасений в ее объективности, выражают и гиды других российских регионов [Лукина 2019, с. 8].

3. Проблемы получения и продолжения образования, недостатков учебных пособий и материалов в свободном доступе. Все интервьюируемые в той или иной степени выразили заинтересованность в получении экскурсоводческого образования, прохождении курсов повышения квалификации, участии в образовательных мероприятиях, проводимых культурными центрами, музеями, национальным парком «Куршская коса» и т. п. Недостаток материалов особенно ощущается гидами в условиях необходимой аттестации:

«...чтобы проводить аттестацию, нужно предоставлять информацию, нужны учебные пособия» (ж., 22);

«Почему мы не можем получить информацию? Задавали на курсах женщине вопрос, она сказала, что это мой уникальный контент, который я вам или преподаю, или ищите сами» (ж., 42);

«Если вы заинтересованы в том, чтобы туристы получали хороший и правильный контент, вы должны быть заинтересованы в том, чтобы дать материалы, по которым бы экскурсоводы готовились» (ж., 39).

Тем не менее как одну из реализуемых в области мер поддержки гиды отметили возможность бесплатного получения дополнитель-

ного профессионального образования (на базе БФУ им. И. Канта), но только по результатам собеседования и в порядке очереди.

4. Трудности в поиске материалов для подготовки экскурсий, сложности в ориентации в массиве краеведческой литературы, оценки качества и достоверности изложенных данных, проблема доступа к историческим документам:

Мне сейчас было очень комфортно, если бы книги по краеведению были отсканированы и лежали на сайте, например, областной библиотеки. И мы могли бы их в свободном доступе читать (*ж.*, 42);

Нам говорят, информация есть на сайте (прим. национального парка «Куршская коса»), но на нем там крупица по объекту, там крупица по объекту (*ж.*, 39);

Теперь многие курсы платные, и пособия платные (*ж.*, 39).

5. Вызовы цифровизации, заключающиеся в необходимости активно использовать интернет-ресурсы и различные цифровые достижения в экскурсоводческой деятельности. Если раньше основным входом в профессию для гидов являлось трудоустройство в туристические агентства, а также различные культурные или образовательные учреждения, то сегодня на первый план в конкурентной борьбе за потребителя выходит репрезентация своей деятельности в интернет-пространстве. Конечно, в первую очередь, это касается новых лиц в профессии, для которых различные социальные сети и сервисы предоставляют хорошую возможность заявить о себе. Тем не менее и опытные гиды, уже имеющие наработанный социальный капитал в виде связей с заказчиками экскурсий, турагентствами, школами и т. д., вынуждены также задействовать интернет-ресурсы, чтобы идти в ногу со временем.

Мощное влияние на экскурсоводческую деятельность оказывает активное развитие платформенной экономики. В оценке сервисов для размещения туристических предложений экскурсоводы отметили снижение популярности и доступности ряда социальных сетей ввиду либо их запрета (Instagram и Facebook) или ограничения работы в России (Airbnb). Среди доступных платформ экскурсоводы выделили «Спутник», «Яндекс.Услуги», «Трипстер», «Авито». Среди них «Трипстер» является одной из самых привлекательных, но и самой сложной для размещения. При этом некоторые гиды заинтересованы в том, чтобы туристические сервисы осуществляли контроль аттестации:

Допустим, человек если аттестован, только тогда он может регистрироваться на «Спутнике». Тогда много отсеется того, чего не должно быть (*ж.*, 42).

Большинство опрошенных гидов отметили, что заинтересованы в представлении и продвижении своих услуг в интернет-среде. Тем не менее цифровизация меняет сложившиеся условия конкуренции и требует овладения новыми навыками, например знания интернет-маркетинга, рекламных механизмов, блоггинга и т. д. Это создает затруднения не только для старшего поколения гидов, которому сложно приспособиться к цифровым практикам коммуникации, но даже и для молодых экскурсоводов, не владеющих глубоким знанием в сфере интернет-рекламы или IT. Подобная ситуация создает опасность продвижения опять же неквалифицированных экскурсоводов за счет притягательной картинки, описания, вложенных в раскрутку ресурсов.

6. Затруднения в овладении новыми экскурсионными форматами, появление которых стимулируется технологическими достижениями и конкуренцией за уникальность предложения. В интервью гиды, с одной стороны, отметили необходимость развития творческих, креативных подходов к проведению экскурсии:

Обычная экскурсия стала неинтересной, сложно ее предоставлять (*ж.*, 38).

С другой стороны, гонка за необычностью и креативностью для многих весьма утомительна: «Это то же самое, что и банан, приклеенный скотчем. Да, по-моему, это из этой серии» (*ж.*, 56).

Поиск баланса между формой и содержанием экскурсий остается важной и сложной задачей для экскурсовода.

Заключение

Таким образом, следует заключить, что в современном обществе остается востребована роль экскурсовода как культурного посредника, интерпретатора, ментора, способствующего сближению разнородных противоречивых и даже полярных точек зрения, а также снижению конфликтности как между различными группами, так и внутри самих территориальных сообществ. Реализация этой функции требует не только получения профессионального образования, но и постоянного развития и поддержки экскурсоводческих навыков, саморазвития, самообразования. Классические приемы ведения экскурсий трансформируются под влиянием технологического развития и платформенной экономики. Отвечая на вызовы времени, экскурсоводческое сообщество все активнее репрезентирует себя и свою деятельность в виртуальной среде.

Туристические сервисы, в свою очередь, стимулируют борьбу за уникальность экскурсионного предложения, что в крайнем случае приводит к приоритету самой формы, «обертки» экскурсии (названия, необычного формата, ярких фотографий и т. п.) над ее содержанием. Доступность размещения экскурсионных предложений на интернет-ресурсах предоставляет широкие возможности для продвижения не только квалифицированным гидам, но и гидам-новичкам, и экскурсоводам «по случаю». При этом условия цифровой коммерции оказываются зачастую более выгодными для гидов-блогеров, аниматоров, шоуменов, игротехников и т. п. Ввиду этого критерии профессионализма в экскурсоводческой среде продолжают размываться. Изменения в законодательстве, вводящие обязательную аттестацию экскурсоводов, пока лишь частично решают эту проблему. Сами гиды остро чувствуют происходящие изменения и то, что конкурентная борьба за клиентов экскурсионных услуг ведется на страницах сайтов и социальных сетей. Ввиду этого они проявляют высокую степень заинтересованности в доступности современной учебной и краеведческой информации, в том числе в электронном формате, а также в качественных образовательных курсах, отвечающих запросам времени.

Благодарности

Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда № 22-18-00591 «Прагмасемантика как интерфейс и операциональная система смыслообразования» в Балтийском федеральном университете им. И. Канта.

Acknowledgments

The research was supported by the Russian Science Foundation, project № 22-18-00591 “Pragmasemantics as an interface and operational system of meaning production” implemented at the Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.

Литература

- Анциферов 1922 – *Анциферов Н.П.* Душа Петербурга. Петербург: Брокгауз–Ефрон, 1922. 228 с.
- Бурдые 2001 – *Бурдые П.* Практический смысл. СПб.; М.: Алетейя: Ин-т экспериментальной социологии, 2001. 246 с.

- Емельянов 2007 – *Емельянов Б.В.* Экскурсоведение. М.: Советский спорт, 2007. 216 с.
- Жигунова, Шарова 2021 – *Жигунова Г.В., Шарова Е.Н.* Потребность в кадрах туристической отрасли (на материалах экспертного опроса) // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 12 (92). С. 33–39.
- Кожанов 2019 – *Кожанов К.А.* Современные функции городской экскурсии: культурологический аспект // Ярославский педагогический вестник. 2019. № 3. С. 204–209. DOI: 10.24411/1813-145X-2019-10436.
- Кожанов 2021 – *Кожанов К.А.* Содержательные аспекты современной петербургской городской экскурсии // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2021. № 1 (46). С. 54–59. DOI: 10.30725/2619-0303-2021-1-54-59.
- Лукина 2019 – *Лукина О.В.* О национальных и профессиональных стандартах в экскурсионной деятельности // Современное состояние и потенциал развития туризма в России: Материалы XVI Междунар. научно-практич. конф. Омск: Омск. гос. технич. ун-т, 2019. С. 3–9.
- Тощенко 2019 – *Тощенко Ж.Т.* Эволюция смыслов жизни русской/российской интеллигенции (ретроспективный анализ) // Судьбы российской интеллигенции: прошлое, настоящее, будущее. М.: РГГУ, 2019. С. 14–23.
- Тощенко 2023 – *Тощенко Ж.Т.* Общественный договор: исторические и современные реалии в советском/российском обществе // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2023. Т. 16. № 3. С. 39–53. DOI: 10.15838/esc.2023.3.87.2.
- Cohen 1985 – *Cohen E.* The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role // Annals of tourism research. 1985. Т. 12. № 1. P. 5–29. DOI: 10.1016/0160-7383(85)90037-4.
- Holloway 1981 – *Holloway J.C.* The guided tour a sociological approach // Annals of tourism research. 1981. Т. 8. № 3. P. 377–402. DOI: 10.1016/0160-7383(81)90005-0.
- Salazar 2014 – *Salazar N.B.* Culture broker, tourism // Encyclopedia of Tourism. Springer International Publishing, Switzerland, 2015. P. 1–2. DOI: 10.1007/978-3-319-01384-8_499.

References

- Antsiferov, N.P. (1922), *Dusha Peterburga* [The Soul of Petersburg], Brokgauz-Efron, Petrograd, Russia.
- Bourdieu, P. (2001), *Practical meaning*, Aleteiya, Institut experimental'noi sotsiologii, St. Petersburg, Moscow, Russia.
- Cohen, E. (1985), “The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role”, *Annals of tourism research*, vol. 12, no. 1, pp. 5–29, DOI: 10.1016/0160-7383(85)90037-4.

- Emelyanov, B.V. (2007), *Ekskursovedenie* [Guided tours], Soviet sport, Moscow, Russia.
- Holloway, J.C. (1981), "The guided tour a sociological approach", *Annals of tourism research*, vol. 8, no. 3, pp. 377–402, DOI: 10.1016/0160-7383(81)90005-0.
- Kozhanov, K.A. (2019), "Modern functions of urban excursion: a culturological aspect", *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, no. 3. pp. 204–209, DOI: 10.24411/1813-145X-2019-10436.
- Kozhanov, K.A. (2021), "Content aspects of a modern St. Petersburg city tour", *Vestnik of Saint-Petersburg State University of Culture*, no. 1 (46). pp. 54–59, DOI: 10.30725/2619-0303-2021-1-54-59.
- Lukina, O.V. (2019), "On national and professional standards in excursion activities", *Current state and potential of tourism development in Russia. Proceedings of the XVI International Scientific and Practical Conference*, Omsk. gos. tekhnicheskii universitet, Omsk, Russia, pp. 3–9.
- Salazar, N.B. (2014), "Culture broker, tourism", *Encyclopedia of Tourism*, Springer International Publishing, Switzerland, pp. 1–2, DOI: 10.1007/978-3-319-01384-8_499.
- Toshchenko, Zh.T. (2019), "Evolution of the meanings of life of the Russian intelligentsia (retrospective analysis)", *The fate of the Russian intelligentsia. Past, present, future*, RSUH, Moscow, Russia, pp. 14–23.
- Toshchenko, Zh.T. (2023), "Social contract. Historical and contemporary realities in Soviet/Russian society", *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, vol. 16, no. 3, pp. 39–53, DOI: 10.15838/esc.2023.3.87.2.
- Zhigunova, G.V. and Sharova, E.N. (2021), "The need for personnel in the tourism industry (based on the materials of an expert survey)", *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, no. 12 (92), pp. 33–39. DOI: 10.24158/spp.2021.12.4.

Информация об авторе

Татьяна В. Белецкая, старший преподаватель, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград, Россия; 236016, Россия, Калининград, ул. Александра Невского, д. 14; beletskaya.t@gmail.com

Information about the author

Tatiana V. Beletskaya, senior lecturer, Immanuel Kant Baltic Federal University; bld. 14, Aleksandra Nevskogo St., Kaliningrad, 236016, Russia; beletskaya.t@gmail.com