

Научная статья

УДК 316.7

doi: 10.17223/1998863X/86/9

НОВЫЕ КОНТУРЫ РАЗВИТИЯ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМА: ИНТЕРЕСЫ И ОЖИДАНИЯ МОЛОДЕЖИ

Елена Викторовна Фролова¹, Ольга Владимировна Рогач²,
Анастасия Викторовна Величко³

^{1, 2} *Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия*

³ *Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Республика Казахстан*

³ *Университет «Туран», Алматы, Республика Казахстан*

¹ *efrolova06@mail.ru*

² *rogach16@mail.ru*

³ *a.velichko@turana.edu.kz*

Аннотация. «Темный» туризм как социальная практика осмысления катастроф, мистических явлений и смерти занимает нишу в рефлексии обществом своей истории. Сделан вывод о связи мотивации посещений с получением нового опыта; установлена низкая востребованность образовательного функционала и доминирование развлекательного контента «темного» туризма; обосновывается необходимость интеграции его экзистенциально-мистического и культурно-исторического компонентов.

Ключевые слова: «темный» туризм, потребление впечатлений, культурно-исторический опыт, экзистенциальные потребности, развлечения

Для цитирования: Фролова Е.В., Рогач О.В., Величко А.В. Новые контуры развития «темного» туризма: интересы и ожидания молодежи // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2025. № 86. С. 104–115. doi: 10.17223/1998863X/86/9

Original article

NEW CONTOURS OF “DARK” TOURISM DEVELOPMENT: INTERESTS AND EXPECTATIONS OF YOUTH

Elena V. Frolova¹, Olga V. Rogach², Anastasia V. Velichko³

^{1, 2} *Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

³ *Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Republic of Kazakhstan*

³ *Turan University, Almaty, Republic of Kazakhstan*

¹ *efrolova06@mail.ru*

² *rogach16@mail.ru*

³ *a.velichko@turana.edu.kz*

Abstract. Modern trends in social development restructure the focus of studying “dark” tourism as a social practice of understanding society’s history. The study aims to analyze the attractiveness of this area among young people, to study expectations and motivation when visiting dark tourism sites. The key research method was an online questionnaire survey of students (N = 475). In order to verify the data obtained, a series of semi-structured interviews were conducted with guides and organizers of excursions in the field of dark tourism. The research materials showed the presence of latent demand for dark tourism sites: 32.4% of respondents visited them, while 72.4% consider it necessary to replicate them. The greatest

interest among the respondents is caused by places of natural and environmental disasters (37.9%), as well as zones of anomalous or mystical phenomena (40.9%). The results of the study showed that students largely associate dark tourism with gaining new experience (54.1%). However, when visiting dark tourism sites, including burial sites, young people are more focused on the entertainment nature of tourism practices. The interest of young people is centered on the plane of mysticism, “scary stories”, unusual impressions. It seems appropriate to integrate historical reflection into the practices of gaining new experience and impressions. The existential-mystical component of dark tourism can be of interest not only to young people interested in unusual impressions, but also to people focused on understanding their experience, life purpose, and national history. The integration of cultural-historical and existential-mystical components in dark tourism practices can make it possible to use it as an effective mechanism for preserving historical memory, transmitting positive examples of national ideas and traditions. At the same time, it should be taken into account that excessive exploitation of entertainment, idle motivation when visiting sites associated with tragic events can have destructive consequences and lead to the inversion of cultural traditions.

Keywords: dark tourism, consumption of impressions, cultural and historical experience, existential needs, entertainment

For citation: Frolova, E.V., Rogach, O.V. & Velichko, A.V. (2025) New contours of “dark” tourism development: interests and expectations of youth. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 86. pp. 104–115. (In Russian). doi: 10.17223/1998863X/86/9

Введение

Современные тенденции общественного развития по-новому рассматривают «темный» туризм как социальную практику осмысления обществом своей истории. Интеракция объектов «темного» туризма, по мнению ученых, позволяет обеспечить вовлеченность различных социальных групп в рефлексию опыта прошлых поколений, сохранение и передачу коллективной памяти [1]. Ряд ученых обращают внимание на роль социальных практик «темного» туризма в укреплении национальной идентичности [2], формировании «моральных обязательств» перед подвигом предков и выстраивании устойчивых убеждений против насилия, дискриминации и деструктивных последствий социальной несправедливости [3].

«Темный» туризм относится к туристским практикам, где точкой притяжения служат объекты, исторически связанные с трагедией, смертью, катастрофами и другими драматическими событиями прошлого. Значительное внимание обоснованию социального компонента «темного» туризма уделено в работах P.R. Stone [4–6]. Ученый рассматривает «темный» туризм через призму акта путешествия в места, связанных со смертью и страданием, а также вызванных этой «встречей» социокультурных переживаний. Дополняют данную точку зрения работы Y. Tang, который рассматривает социальные практики «темного» туризма как опыт саморефлексии, критического осмысления индивидом своего внутреннего мира и опыта социального взаимодействия [7].

Сложная феноменология «темного» туризма заставляет ряд ученых задаться вопросом о его морально-нравственных аспектах. В частности, P. Morris и T. Arford, поднимая в своих работах вопрос об этичности «темного» туризма, обращают внимание на возможное преобладание эффекта «морального отстранения» туристов от чужих страданий, формирование поверх-

ностного и в чем-то насмешливого отношения к трагедии. В этом случае, по их мнению, жизнь и смерть других людей становится развлекательным зрелищем, практикой досугового времяпрепровождения [8]. В свою очередь в трудах I.L. Bauer отмечается амбивалентный характер социальных практик «темного» туризма, где, с одной стороны, посещение мест страданий позволяет туристам переосмыслить опыт прошлых поколений, тогда как с другой – результат подобного рода рефлексии может эмоционально травмировать и напугать [9]. Существует также пласт работ, в которых рассмотрение «темного» туризма имеет позитивную тональность. В частности, A. Frigerio отмечает образовательный потенциал «темного» туризма, возможность извлечь посредством прикосновения к мистическому уроку прошлого и закрепить те поведенческие паттерны, которые позволят избежать ранее допущенных в истории ошибок [10].

Справедливо заметить, что туристские практики всегда лежат на пересечении социальной и экономической составляющих за счет монетизации общественных пространств, возможности обеспечить приток инвестиций в развитие территорий [11]. В ряде случаев это сопровождается транслированием шок-контента в целях привлечения посетителей: «кладбищный туризм», «тюремные выставки» [12], «места смерти» [13] и прочее продаются и потребляются, как и традиционные товары рыночной экономики. Особенно ярко это проявляется в зарубежных практиках «темного» туризма, для которых характерен акцент на интерактивность и уникальность полученных в ходе посещений впечатлений [14]. Аппеллирование к трагическим событиям приобретает формы иммерсивных спектаклей, лабиринтов ужаса, «темных выставок» геноцида, военных преступлений и лагерей смерти [15]. Можно предположить, что «темный» туризм выступает своеобразным базисом критического восприятия и переосмысления ценностного каркаса общественного бытия, реконструирования жизненных смыслов на основе рефлексии аффективного опыта смерти.

Таким образом, анализ научной литературы свидетельствует о существенном потенциале «темного» туризма в осмыслении исторического опыта, рефлексии, личностном развитии, получении новых знаний и расширении кругозора. Указанные обстоятельства актуализируют анализ привлекательности данного направления среди молодежи, исследование ожиданий и мотивации при посещении объектов «темного» туризма. Ключевым методом исследования стал анкетный онлайн-опрос студентов (N = 475), проведенный авторами весной 2023 г. Распределение респондентов по полу представлено следующими пропорциями: мужчин – 28,4%, женщин – 71,6%. Рекрутинг респондентов осуществлялся путем распространения ссылки на анкету в студенческих сообществах вузов. Стихийный характер формирования выборки может рассматриваться в качестве ограничений данного исследования. В целях верификации полученных данных была проведена серия полуструктурированных интервью (6 интервью) с гидами, организаторами экскурсий в сфере «темного» туризма.

Привлекательность «темного» туризма в оценках респондентов

Результаты исследования показали, что около трети опрошенных (32,4%) имеют опыт посещения объектов «темного» туризма. Несмотря на то что

женщинам чаще, чем мужчинам, приписывают запрос на туристическую активность в культурно-познавательных целях, данные опроса показали иное распределение. В частности, практики «темного» туризма более востребованы среди мужской части населения (39,3%, что выше средних значений на 6,9 п.п.). Аналогичные пропорции гендерного распределения ответов характерны для оценок перспектив популяризации «темного» туризма. Возможным объяснением различий в ответах мужчин и женщин является стереотипизация общественного сознания, которое связывает «темный» туризм с опасностью и рисками. Мужчинам чаще присуще стремление испытывать себя на мужественность и смелость, к демонстрации силы и способности преодолевать препятствия. В научных исследованиях также рассматриваются факторы, инициирующие интерес к объектам темного туризма. Зарубежные ученые обосновывают значимость данного туристского направления формированием запроса на осмысление тем жизни и смерти, экзистенциальных страхов [16].

Материалы исследования показали наличие латентного спроса на объекты «темного» туризма. Несмотря на то что только 32,4% опрошенных посещали объекты «темного» туризма, считают необходимым предлагать такие экскурсии 72,4%, что в 2,2 раза выше. Существующий разрыв можно объяснить несколькими обстоятельствами. Прежде всего, табуированностью тем смерти (катастроф, мистики и пр.), к которым апеллирует «темный» туризм. Данное обстоятельство становится лимитирующим фактором как для реализации активной маркетинговой стратегии, так и для трансформации латентного интереса в реальный опыт посещения. Можно предположить также, что недостаточность предложений «темного» туризма на рынке услуг, их невысокая информационная доступность в первичном радиусе поиска не позволяют удовлетворить имеющийся потенциальный интерес заинтересованных субъектов.

Таблица 1. Зависимость между опытом посещения мест «темного» туризма и оценками перспектив их продвижения/популяризации, %

Стоит ли предлагать туристам экскурсии к объектам «темного» туризма?	Вам приходилось посещать в туристских целях места, связанные с направлением «темного» туризма?		Среднее по выборке
	Да	Нет	
Да и скорее да	84,4	66,7	72,4
Нет и скорее нет	8,5	18,3	15,2
Затрудняюсь ответить	7,1	15,0	12,4
Значение критерия χ^2 составляет 16,420. Критическое значение χ^2 при уровне значимости $p = 0,01$ составляет 9,21. Связь между факторным и результативным признаками статистически значима при уровне значимости $p < 0,01$			

Источник: составлено по результатам авторского исследования.

Анализ таблиц сопряженности показал наличие корреляционной зависимости между наличием опыта посещения объектов «темного» туризма и оценками перспектив их продвижения/популяризации (табл. 1). В частности, среди респондентов, которые посещали места, связанные с «темным» туризмом, выше доля тех, кто считает нужным предлагать такие экскурсии (выше на 12,0 п.п. средних значений по выборке). Полученные результаты позволяют выдвинуть осторожное предположение об оптимистичных перспективах развития «темного» туризма. Подавляющее большинство респондентов (84,4%), имеющих опыт посещения, скорее всего, получили положительные

впечатления, что инициировало их запрос на дальнейшее развитие экскурсионной деятельности по данному направлению.

Культурно-исторический и экзистенциально-мистический контуры формирования интереса к объектам «темного» туризма

Согласно полученным данным наибольший интерес у респондентов вызывают места природных и экологических катастроф (37,9%), а также зоны аномальных или мистических явлений (40,9%).

Таблица 2. Оценка уровня интереса к объектам «темного» туризма, %

Объекты «темного» туризма	Оценка, баллы				
	1	2	3	4	5
Места захоронений	38,5	16,0	22,3	9,3	13,9
Места техногенных катастроф	22,1	16,2	26,5	13,3	21,9
Места природных и экологических катастроф	17,7	16,2	28,2	13,7	24,2
Места, где происходили трагедии, военные действия, отмечались смертельные случаи	26,7	19,6	22,3	9,1	22,3
Места преступлений и заключений	29,5	15,6	22,5	11,8	20,6
Индустриальные объекты, заброшенные или подземные сооружения	21,9	14,5	27,6	12,2	23,8
Места, где происходят аномальные или связанные с мистикой явления	21,3	11,6	26,3	11,6	29,3
Тематические музеи (связанные с темой смерти, трагедии, ужаса и т.д.)	26,3	14,7	24,4	12,8	21,7

Источник: составлено по результатам авторского исследования

К местам захоронений респонденты проявляют наименьший интерес (23,2% – суммарная оценка в 4 и 5 баллов) (табл. 2). В научном дискурсе кладбище рассматривается как «пространство смерти», антропогенный объект с потенциалом тиражирования культурно-исторического наследия [6]. Символический капитал мест захоронения позволяет рассматривать их в качестве перспективных туристских направлений. Однако материалы авторского исследования свидетельствуют о пониженном внимании к данным объектам, что может объясняться недостаточной встроенностью подобного рода туристских практик в общий контент экскурсионных маршрутов. В интервью эксперты также затронули этот вопрос.

Эксперт 1 (Гид по местам захоронений, г. Москва): «... мне кажется, для многих это тема, как можно на кладбище проводить экскурсию? Мы друзьям сказали, а они выпучили глаза и сказали, какие еще могут быть экскурсии на кладбище? Да, есть такое. ...Для многих это по-прежнему что-то странное».

Эксперт 2 (Гид по местам захоронений, г. Москва): «Я говорю не про смерть, я говорю про жизнь в большей степени, про судьбы людей, какой-то культурологический аспект. Там в плане искусства: памятники как выглядят, скульптор – какая у него была идея и, может быть, какие-то интересные факты из жизни и судьбы человека».

Места захоронений, как и все объекты темного туризма, воплощают в себе культурно-исторический нарратив и экзистенциально-мистический ком-

понент. Артикуляция в общественном сознании атрибутики данных аспектов с высокой долей вероятности может инициировать повышение интереса к посещению объектов темного туризма. Ввиду табуированности темы смерти культурно-историческая ценность мест захоронения остается на периферии внимания современных туристов. Данный вывод подтверждается и словами эксперта.

Эксперт 3 (Гид и организатор авторских экскурсий, г. Алматы): «Ну, по кладбищу, да, нам часто там пишут – как вообще там можете ходить? Боже мой, какой ужас и кошмар! Но это вот есть в нашей традиции такое неприятие кладбищ... хотя на кладбищах, например, много даже такого художественного контента. У нас, например, на центральном кладбище есть работы выдающихся архитекторов, скульпторов...».

Несмотря на высокую культурно-историческую значимость объектов «темного» туризма, в частности мест захоронений, следует понимать, что запросы и ожидания в практиках их посещений могут быть существенным образом дифференцированы в различных социально-демографических группах. Зарубежные исследователи подчеркивают, что представители средних и старших возрастных когорт связывают свои ожидания в «темном» туризме с удовлетворением интереса к культуре, истории, осмыслением жизненного опыта, целей бытия. В противовес культурно-историческим и экзистенциальным запросам взрослого населения молодежь в большей степени тяготеет к мистическому опыту, развлекательно-игровому «проживанию» и исследованию «темных» нарративов [17]. Результаты авторского исследования показали схожую с мировым трендом ситуацию.

Эксперт 4 (Гид по местам захоронений, г. Москва): «... очень часто подростки теряют интерес, узнав о том, что там не будет никакой мистики... Я вижу их скучающие лица, то есть им хочется мистики, им, наоборот, хочется побояться, а у нас этого нет. У нас там такое практическое отношение к этому, больше рассказываю об каких-то исторических фактах, то есть мистики нет».

Таким образом, современная молодежь ориентирована в первую очередь на потребление развлекательного контента в практиках посещения объектов «темного» туризма. Надо отметить, что встраивание, гармоничная интеграция культурно-исторического и мистического, развлекательного направлений «темного» туризма представляет собой весьма сложную задачу. Однако ее решение позволит не только привлечь новых туристов, повысить привлекательность данного нишевого сегмента, но и реализовать его образовательный потенциал. R. Hartmann в ходе анализа содержательного наполнения и физических пространств «темного» туризма приходит к выводу о дифференциации его инфраструктурных объектов, направленность которых имеет четко обозначенный профиль, связанный с образовательным или развлекательным функционалом. Образовательные функции «темного» туризма опираются на анализ исторических событий, верифицированные источники, подлинные артефакты, что позволяет не только получить новую информацию, но и обеспечивает ее устойчивое освоение и осмысление. Развлекательные функции

могут быть реализованы посредством театрализованных представлений, квестов, активно использующих информационные технологии. Они позволяют посетителям получить необычные впечатления, включиться в пространство игры [18]. Стремление к повышению рентабельности, масштабному охвату потенциальных потребителей ориентирует бизнес на максимальную эксплуатацию развлекательного наполнения экскурсионных практик «темного» туризма. Данный тренд выражается в том, что аутентичные, исторические артефакты и нарративы превращают в товар и упаковываются для туристических целей [19]. В данном контексте следует учитывать точку зрения ученых, предупреждающих от чрезмерной эксплуатации праздного любопытства к «темным» достопримечательностям, нарушений этических норм в процессе коммерциализации «мест скорби». Данные деструкции могут приводить к искажению исторического контекста, неверному осмыслению трагического опыта [20]. Аналогичные идеи высказываются в работах Э. Гидденса, высказавшего мысль о том, что традиции могут лишаться своего содержательного и смыслового наполнения в процессе их коммерциализации [21].

Ассоциативное восприятие практик «темного» туризма

В ходе анкетного опроса респондентам было предложено обозначить ключевые ассоциации, которые возникают у них при обращении к понятию «темный» туризм. Использование данного вопроса, по нашему мнению, позволяет более полно оценить специфику восприятия и отношение молодежи к данному туристическому направлению. Как отмечается в ряде работ, ассоциативные поля обеспечивают идентификацию эмоциональных и оценочных характеристик того или иного образа в сознании индивида, являются инструментом вербализации чувств, настроений и ощущений [22].

Результаты исследования показали, что студенты в большей степени ассоциируют «темный» туризм с получением нового опыта, об этом говорят 54,1% респондентов (рис. 1). Полученные результаты носят весьма закономерный характер, учитывая, что, по сравнению с другими, достаточно растражированными туристскими практиками, данное направление относится к числу нишевых сегментов, имеет ограниченную аудиторию.

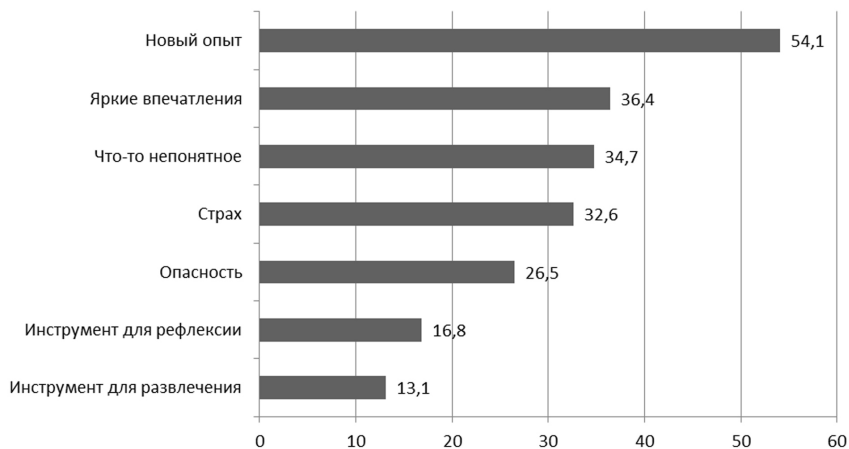


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Какие ассоциации у вас вызывает „темный“ туризм?» (множественный выбор), %

Сравнение ассоциаций в группах респондентов, имеющих и не имеющих опыта посещения объектов «темного» туризма, показало интересные результаты. В частности, среди студентов, вовлеченных в данные туристские практики, несколько ниже доля тех, кто ассоциирует «темный» туризм с опасностью и страхом. Наличие опыта посещения детерминирует более рациональный взгляд на данный туристский концепт, минимизацию количества выборов из предложенных ассоциаций (вопрос подразумевает возможность ответов). Напротив, студенты, которые знакомы с «темным» туризмом только опосредованно, сделали большее количество ассоциативных выборов. Можно предположить, что это свидетельствует, с одной стороны, об интересе к данной теме, а с другой стороны, о недостаточности информации.

Несмотря на минимальный выбор развлекательного компонента в ассоциативном поле «темного» туризма (только у 13,1% студентов), можно предположить его более высокую актуализацию, поскольку «яркие впечатления» и «страх» относятся к тому же категориальному ряду. Распространенность данных ассоциаций существенно выше и характерна для 36,4 и 32,6% респондентов. Стремление к «новому опыту» и «ярким впечатлениям» иллюстрирует трансформацию потребительских ожиданий в сфере туризма, усиление запросов на эмоции, зрелищность, необычные ощущения, «проживание» ярких историй в иммерсивных туристских практиках [23]. Зарубежные ученые полагают, что актуализация «темных» туристских впечатлений, усиливающийся в последние годы интерес к данному направлению в целом свидетельствуют о глобальном смещении вектора потребления среди представителей молодого поколения, предпосылках разрушения традиционного рынка туристских услуг и продуктов в долгосрочной перспективе [24]. Российские ученые также обращают внимание на необходимость модернизации маркетинговых стратегий продвижения «темного» туризма, апеллирования в них, прежде всего, к эмоциям, новым ощущениям, возможностям получения экстремальных впечатлений. При этом нельзя не брать во внимание идеологические аспекты «темного» туризма, что инициирует необходимость создания условий для получения новых знаний среди молодежи, расширение ее кругозора [25], осмысление исторических уроков, приобщение к национальной культуре. Так, объекты «темного» туризма, которые связаны с военной тематикой, иллюстрируют идеи мужественности, самоотверженности, сплоченности населения перед лицом внешних угроз, традиционные ценности солидаризации, взаимопомощи и самопожертвования для защиты своего дома, народа и Родины.

Заключение

В результате исследования сделан вывод о значительной привлекательности «темного» туризма для молодежи. Большинство опрошенных респондентов поддерживают идею популяризации данного направления, необходимости расширения палитры экскурсионных предложений в данном сегменте. При этом доля респондентов, положительно ответивших на данных вопрос, существенно выше среди студентов, имеющих опыт посещения объектов «темного» туризма.

Результаты показали, что молодежь при посещении объектов «темного» туризма, в том числе мест захоронений, ориентирована в большей степени на развлекательный характер туристских практик. Интерес молодых людей центрируется в плоскости мистики, «страшных историй», необычных впечатлений, в то время как организаторы экскурсий апеллируют в большей степени к культурно-историческому контексту «темного» туризма. Можно предположить, что указанное противоречие снижает конкурентоспособность и социальную востребованность объектов «темного» туризма. Учитывая высокий социально-воспитательный потенциал данного направления, представляется целесообразным интегрировать историческую рефлексию в практики получения нового опыта и впечатлений. Экзистенциально-мистический компонент «темного» туризма может представлять интерес не только для молодежи, заинтересованной в необычных впечатлениях, но и для людей старшего возраста, ориентированных на осмысление своего опыта, жизненного предназначения, национальной истории. Интеграция в практиках «темного» туризма культурно-исторического и экзистенциально-мистического компонентов может позволить использовать его в качестве эффективного механизма сохранения исторической памяти, трансляции позитивных образцов национальных идей и традиций. В частности, экзистенциально-мистический компонент активизирует интерес потенциальных туристов, апеллируя к эмоциям и необычным туристским впечатлениям. Данный компонент «темного» туризма позволяет повысить туристическую привлекательность культурно-исторических объектов посещения. Делается вывод, что органическое соединение эмоций и когнитивного осмысления исторического опыта открывает новые грани духовного познания, приобщения к национальным идеям. При этом, однако, необходимо учитывать, что чрезмерная эксплуатация развлекательной, праздной мотивации при посещении объектов, связанных с трагическими событиями, может иметь деструктивные последствия, приводить к инверсии культурных традиций, искажению истории.

Список источников

1. Šuligoj M., Rudan E. Media-generated characteristics of Homeland War-related commemorations in Croatia // *Memory Studies*. 2022. Vol. 0 (0).
2. Wang E., Shen C., Zheng J., Wu D., Cao N. The antecedents and consequences of awe in dark tourism // *Current Issues in Tourism*. 2021. Vol. 24 (8). P. 1169–1183.
3. Soulard J., Stewart W., Larson M., Samson E. Dark Tourism and Social Mobilization: Transforming Travelers After Visiting a Holocaust Museum // *Journal of Travel Research*. 2023. Vol. 62 (4). P. 820–840.
4. Stone P.R. A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions // *Turizam: Međunarodni Znanstveno-Stručni Časopis*. 2006. Vol. 54 (2). P. 145–160.
5. Stone P.R. Enlightening the ‘dark’ in dark tourism // *Interpretation Journal*. 2016. Vol. 21 (2). P. 22–24.
6. Stone P.R. Dark tourism scholarship: a critical review // *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 2013. Vol. 7 (3). P. 307–318.
7. Tang Y. Contested Narratives at the Hanwang Earthquake Memorial Park: Where Ghost Industrial Town and Seismic Memorial Meet // *Geoheritage*, 2019. Vol. 11. P. 561–575.
8. Morris P., Arford T. “Sweat a little water, sweat a little blood”: A spectacle of convict labor at an American amusement park // *Crime, Media, Culture*. 2019. Vol. 15 (3). P. 423–446.
9. Bauer I.L. Death as attraction: the role of travel medicine and psychological travel health care in “dark tourism” // *Trop Dis Travel Med Vaccines*. 2021. Vol. 7. P. 24.

10. Frigerio A. Opening the Public Accessibility to the Wreckage of the RMS Titanic: Some Ethical Reflections // *Journal of Heritage Management*. 2022. Vol. 7 (1). P. 118–122.
11. Костромина Е.А., Сивова А.А., Косолапов Ю.В. Тюремный туризм как национальное наследие: зарубежный опыт // *Сервис в России и за рубежом*. 2019. № 13 (4 (86)). С. 42–53.
12. Рыбакова Е.В. Темный туризм в России: современное состояние, проблемы изучения // *Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии*. 2013. Vol. 3 (17). С. 180–187.
13. Foley M., Lennon J.J. *Dark tourism*: Cengage Learning. EMEA, 2000.
14. Martini A., Buda D.M. Dark tourism and affect: framing places of death and disaster // *Current Issues in Tourism*. 2020. Vol. 23 (6). P. 679–692.
15. *Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* / ed. by R. Sheapley, P.R. Stone. Channel view publications. 2010. 286 p.
16. Lyu J., Wang L., Wei W. Mitigating Mortality Anxiety: Identifying Heritage Tourism's Role in Terror Management // *Journal of Travel Research*. 2022. Vol. 0 (0).
17. Kerr M.M., Stone P.R., Price R.H. Young tourists' experiences at dark tourism sites: Towards a conceptual framework // *Tourist Studies*. 2021. Vol. 21 (2). P. 198–218.
18. Hartmann R. Dark tourism, thanatourism, and dissonance in heritage tourism management: New directions in contemporary research // *Journal of Heritage Tourism*. 2014. Vol. 9 (2). P. 166–182.
19. Fabros M., Lopez E., Roma M. Dark tourism in the Philippine context: Indicators, motivations and spectrum // *Social Sciences & Humanities Open*. 2023. Vol. 7 (1). Art. 100452.
20. Горошко Н.Б., Пацала С.В. Мрачный туризм как феномен экономики впечатлений // *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*. 2023. Т. 4. С. 355–373.
21. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М. : Весь мир, 2004. 102 с.
22. Бунаева К.А. Ассоциативное поле как способ моделирования фрагмента языкового сознания // *Lingua mobilis*. 2011. № 6 (32). С. 51–58.
23. Рогач О.В., Фролова Е.В., Медведева Н.В. Туристский потенциал российских территорий: позиция муниципальных органов власти // *Вопросы экономики*. 2022. № 9. С. 125–138.
24. Houran J., Hill S.A., Haynes E.D., Bielski U.A. Paranormal Tourism: Market Study of a Novel and Interactive Approach to Space Activation and Monetization // *Cornell Hospitality Quarterly*. 2020. Vol. 61 (3). P. 287–311.
25. Морозов И.А. Жизнь после смерти в современных обществах: традиции и новации. Введение к специальной теме номера // *Сибирские исторические исследования*. 2019. № 4. С. 6–15.

References

1. Šuligoj, M. & Rudan, E. (2022) Media-generated characteristics of Homeland War-related commemorations in Croatia. *Memory Studies*. October. DOI: 10.1177/17506980221126608
2. Wang, E., Shen, C., Zheng, J., Wu, D. & Cao, N. (2021) The antecedents and consequences of awe in dark tourism. *Current Issues in Tourism*. 24(8). pp. 1169–1183.
3. Soulard, J., Stewart, W., Larson, M. & Samson, E. (2023) Dark Tourism and Social Mobilization: Transforming Travelers After Visiting a Holocaust Museum. *Journal of Travel Research*. 62(4), pp. 820–840.
4. Stone, P.R. (2006) A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Turizam: Međunarodni Znanstveno-Stručni Časopis*. 54(2). pp. 145–160.
5. Stone, P.R. (2016) Enlightening the 'dark' in dark tourism. *Interpretation Journal*. 21(2). pp. 22–24.
6. Stone, P.R. (2013) Dark tourism scholarship: a critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 7(3). pp. 307–318.
7. Tang, Y. (2019) Contested Narratives at the Hanwang Earthquake Memorial Park: Where Ghost Industrial Town and Seismic Memorial Meet. *Geoheritage*. 11. pp. 561–575.
8. Morris, P. & Arford, T. (2019) "Sweat a little water, sweat a little blood": A spectacle of convict labor at an American amusement park. *Crime, Media, Culture*. 15(3). pp. 423–446.
9. Bauer, I.L. (2021) Death as attraction: the role of travel medicine and psychological travel health care in "dark tourism." *Trop Dis Travel Med Vaccines*. 7. pp. 24.
10. Frigerio, A. (2022) Opening the Public Accessibility to the Wreckage of the RMS Titanic: Some Ethical Reflections. *Journal of Heritage Management*. 7(1). pp. 118–122.

11. Kostromina, E.A., Sivova, A.A. & Kosolapov, Yu.V. (2019) Tyuremnyy turizm kak natsional'noe nasledie: zarubezhnyy opyt [Prison tourism as a national heritage: foreign experience]. *Servis v Rossii i za rubezhom*. 13(4(86)). pp. 42–53.
12. Rybakova, E.V. (2013) Temnyy turizm v Rossii: sovremennoe sostoyanie, problemy izucheniya [Dark tourism in Russia: Current state, problems of study]. *Teoriya i praktika servisa: ekonomika, sotsial'naya sfera, tekhnologii*. 3 (17). pp. 180–187.
13. Foley, M. & Lennon, J.J. (2000) *Dark Tourism: Cengage Learning*. EMEA.
14. Martini, A. & Buda, D.M. (2020) Dark tourism and affect: framing places of death and disaster. *Current Issues in Tourism*. 23(6). pp. 679–692.
15. Sheapley, R. & Stone, P.R. (eds) (2010) *Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. Channel view publications.
16. Lyu, J., Wang, L. & Wei, W. (2022) Mitigating Mortality Anxiety: Identifying Heritage Tourism's Role in Terror Management. *Journal of Travel Research*. 62(6). pp. 1221–1236. DOI: 10.1177/00472875221126428
17. Kerr, M.M., Stone, P.R. & Price, R.H. (2021) Young tourists' experiences at dark tourism sites: Towards a conceptual framework. *Tourist Studies*. 21(2). pp. 198–218.
18. Hartmann, R. (2014) Dark tourism, thanatourism, and dissonance in heritage tourism management: New directions in contemporary research. *Journal of Heritage Tourism*. 9(2). pp. 166–182.
19. Fabros, M., Lopez, E. & Roma, M. (2023) Dark tourism in the Philippine context: Indicators, motivations and spectrum. *Social Sciences & Humanities Open*. 7(1). Art. 100452.
20. Goroshko, N.V. & Patsala, S.V. (2023) Mrachnyy turizm kak fenomen ekonomiki vpechatleniy [Dark tourism as a phenomenon of the experience economy]. *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskie nauki*. 4. pp. 355–373.
21. Giddens, A. (2024) *Uskol'zayushchiy mir: kak globalizatsiya menyaet nashu zhizn'* [The Elusive World: How Globalization Is Changing Our Lives]. Translated from English. Moscow: Ves' mir.
22. Burnaeva, K.A. (2011) Assotsiativnoe pole kak sposob modelirovaniya fragmenta yazykovogo soznaniya [Associative field as a way of modeling a fragment of linguistic consciousness]. *Lingua mobilis*. 6(32). pp. 51–58.
23. Rogach, O.V., Frolova, E.V. & Medvedeva, N.V. (2022) Turistskiy potentsial rossiyskikh territoriy: pozitsiya munitsipal'nykh organov vlasti [Tourist potential of Russian territories: Position of municipal authorities]. *Voprosy ekonomiki*. 9. pp. 125–138.
24. Houran, J., Hill, S.A., Haynes, E.D. & Bielski, U.A. (2020) Paranormal Tourism: Market Study of a Novel and Interactive Approach to Space Activation and Monetization. *Cornell Hospitality Quarterly*. 61(3). pp. 287–311.
25. Morozov, I.A. (2019) Zhizn' posle smerti v sovremennykh obshchestvakh: traditsii i novatsii. Vvedenie k spetsial'noy teme nomera [Life After Death in Modern Societies: Traditions and Innovations. Introduction to the Special Issue Theme]. *Sibirskie istoricheskie issledovaniya*. 4. pp. 6–15.

Сведения об авторах:

Фролова Е.В. – профессор, доктор социологических наук, профессор кафедры социологии Финансового университета при Правительстве РФ (Москва, Россия). E-mail: efrolova06@mail.ru

Рогач О.В. – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии Финансового университета при Правительстве РФ (Москва, Россия). E-mail: rogach16@mail.ru

Величко А.В. – PhD докторант Казахского национального университета им. аль-Фараби (Алматы, Республика Казахстан); сеньор-лектор Высшей школы туризма и гостеприимства Университета «Туран» (Алматы, Республика Казахстан). E-mail: a.velichko@turan-edu.kz

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Frolova E.V. – Dr. Sci. (Sociology), full professor, professor at the Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russian Federation). E-mail: efrolova06@mail.ru

Rogach O.V. – Dr. Sci. (Sociology), docent, professor at the Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russian Federation)
E-mail: rogach16@mail.ru

Velichko A.V. – PhD student, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Republic of Kazakhstan); senior lecturer, Higher School of Tourism and Hospitality, Turan University (Almaty, Republic of Kazakhstan). E-mail: a.velichko@turan-edu.kz

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 05.12.2024;
одобрена после рецензирования 17.07.2025; принята к публикации 07.08.2025*

*The article was submitted 05.12.2024;
approved after reviewing 17.07.2025; accepted for publication 07.08.2025*