

Новый образовательный контент креативного краеведческого туризма в контексте коммуникативистики

New Educational Content of Creative Local History Tourism in the Context of Communication Studies

DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-3-45-51

Получено: 15 апреля 2022 г. / Одобрено: 23 апреля 2022 г. / Опубликовано: 25 июня 2022 г.

**Н.А. Исаева**

Д-р пед. наук, канд. филол. наук,
зав. кафедрой русского языка как иностранного,
доцент,
Калужский государственный университет
им. К.Э. Циолковского,
Россия, 248023, г. Калуга, ул. Степана Разина, 26,
isaeva178@mail.ru

N.A. Isayeva

Doctor of Pedagogical Sciences, Candidate of
Philological Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Russian as a Foreign
Language,
Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky,
26, Stepan Razin str., Kaluga, 248023, Russia,
isaeva178@mail.ru

Аннотация

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена поиском новых форм взаимодействия в области культурных индустрий, находящихся на стыке образования и туризма.

Цель статьи заключается в обосновании необходимости разработки нового культурно-образовательного интерактивного продукта в рамках развития креативного туризма в Калужской области, отражающего запрос общества на новые формы взаимодействия. Включение в информационно-коммуникативное пространство региона наиболее успешно, если происходит взаимодействие с адресатом коммуникации (потребителем) на разных уровнях: смысловом, эмоциональном, технологическом, событийном.

Основные методы исследования — анализ, обобщение, моделирование, наблюдение, тестирование.

На примере краеведческого квеста с использованием современной образовательной технологии сторителлинга показаны способы вовлечения в активное познание исторических и культурных особенностей Калуги и области иностранных гостей, а также представителей национально-культурных автономий, проживающих в Калужском регионе. Разработанный для прохождения квеста инструмент — «карманний путеводитель» — не только обеспечивает содержательное наполнение коммуникативного пространства, но и через специальные задания предлагает производить самостоятельные наблюдения над культурными объектами города и области, помогает искать ответы на вопросы в ходе викторины, включает участников в диалог и со-творчество, формирует национально-культурную идентичность в поликультурной среде.

Данное исследование помогает определить новые каналы коммуникации и средства передачи информации на основе современных технологий, позволяющих получать новые эффекты при взаимодействии субъектов — образовательные, культурные, социальные.

Ключевые слова: взаимодействие, креативный туризм, краеведческий образовательный квест, иностранные гости, информационно-коммуникационные технологии, сторителлинг, путеводитель.

Abstract

The relevance of the problem under study is due to the search for new forms of interaction in the field of cultural industries located at the intersection of education and tourism.

The purpose of the article is to substantiate the need to develop a new cultural and educational interactive product within the framework of the development of creative tourism in the Kaluga region, reflecting the society's demand for new forms of interaction. Inclusion in the information and communication space of the region is most successful if there is interaction with the addressee of communication (consumer) at different levels: semantic, emotional, technological, event-based.

The main research methods are analysis, generalization, modeling, observation, testing.

Using the example of a local history quest using modern educational storytelling technology, the ways of involving foreign guests, as well as representatives of national and cultural autonomies living in the Kaluga region, in active knowledge of the historical and cultural features of Kaluga and the region are shown. The “pocket guide” tool developed for completing the quest not only provides a meaningful filling of the communicative space, but also through special tasks offers to make independent observations of cultural objects of the city and region, helps to find answers to questions during the quiz, involves participants in dialogue and co-creativity, forms a national and cultural identity in a multicultural environment.

This study helps to identify new communication channels and means of information transmission based on modern technologies that allow to obtain new effects in the interaction of subjects — educational, cultural, social.

Keywords: interaction, creative tourism, local history educational quest, foreign guests, information and communication technologies, storytelling, travel guide.

Введение

В последнее время широкое развитие получают науки о человеке с точки зрения включенности его в различного рода взаимодействия (со средой, языком, культурой, искусством, другими людьми, представителями других национальностей и т.д.). Решением этих вопросов занимается новая область знания — коммуникативистика, известная за рубежом как *теория взаимодействия* [16].

Взаимодействие может осуществляться в пространстве и времени, вербально и невербально, с использованием технических средств и без них. Но для коммуникации обязательно нужны две стороны: отправитель и получатель информации (адресат). При этом любая коммуникация — акт двусторонний, предполагающий обмен [15].

Наиболее эффективно коммуникация осуществляется в среде проживания. Региональные особенности

культуры в ее национальном и территориальном многообразии становятся объектом рассмотрения разных областей знания: краеведения, лингвогеографии, лингвокультурологии, литературного краеведения, туризма, дизайна и др. Вызовы эпохи, направленные на культурологизацию и гуманизацию многих аспектов жизни, определяют новые стратегии в поиске оптимальных путей решения стоящих перед информационным обществом проблем. И на первый план выходит выявление культурно-образовательного потенциала регионоведческой информации и рассмотрение его в диалоге как основной форме существования коммуникации.

Калужская область обладает уникальными возможностями в решении проблем развития и использования такого потенциала: удачные логистические маршруты, активное инвестирование, богатое культурное наследие, родина космонавтики, уникальный биосферный заповедник, духовный центр России. И, конечно, в регионе развиваются все виды туризма: культурно-познавательный, событийный, гастрономический, экологический, паломнический и др. [11].

По мнению исследователей, развитие культурных индустрий прямо или косвенно влияет на наше понимание мира, ориентировано на «формирование нашей идентичности» [1, с. 82]. И туризм как культурная и образовательная индустрия предоставляет широкий диапазон возможностей для создания новых культурных продуктов, которые будут выражать эту идентичность.

Цель данной статьи заключается в обосновании необходимости разработки нового культурно-образовательного интерактивного продукта в рамках развития культурных индустрий в Калужской области.

Предметом рассмотрения в области культурных индустрий, в том числе в сфере туризма, является **краеведческий образовательный квест**, поддерживаемый интерактивным гипертекстовым инструментом — «карманным путеводителем», который будет формировать национально-культурную идентичность в контексте межкультурного взаимодействия всех участников процесса — разработчиков, гидов, жителей и гостей города и области.

Обзор литературы

Теоретико-методологической основой работы являются труды по коммуникативистике [2; 7; 8; 16], концепции по развитию *Smart*-общества и культурных индустрий в сфере туризма [1; 3; 11; 13], исследования в области современных технологий [5; 9; 14] и методики преподавания русского языка [4; 12].

Информационно-коммуникативное пространство осмысливается сегодня с двух позиций: коммуника-

ционного и коммуникативного (с точки зрения О.Я. Гойхмана, в нем выделяются два блока: информационно-коммуникационный и информационно-коммуникативный [2, с. 18]), которые задают технологический или содержательный вектор развития этого пространства. Именно содержательный информационно-коммуникативный аспект сегодня становится особенно актуальным, поскольку базовым уровневым параметром его является взаимодействие с адресатом и воздействие на него, а также возможность получения обратной связи [7].

В туристической сфере в последнее время стали говорить о разработке новых концепций с точки зрения маркетинга и в обиход вошло новое слово *Smart*-туризм, которое связывают прежде всего с информационно-коммуникационными технологиями (ср. смартфон, смарт-телевизор, смарт-музей, умный дом). Это новое качество возникает при интеграции двух и более составляющих, одним из которых является технологическая инновация [13], которая приводит к дополнительной ценности путешествия для туристов. Таким образом, в *Smart*-туризме проявляется информационно-коммуникативный аспект коммуникативистики, что позволяет осмысливать оба блока в единстве его составляющих.

Направление *Smart*-туризма предполагает:

- планирование туризма на своей территории;
- внедрение новых технологий и инструментов в туристические направления;
- устойчивое развитие;
- сотрудничество;
- способность реагировать на потребности разных туристических групп.

Слово *Smart* при этом обрастает «интеллектуальными» коннотациями, что обращает нас к области образования и науки, а также использованию новых «умных» технологий.

В рамках культурно-образовательного *Smart*-туризма принято разграничивать культурный и креативный туризм. Различия между ними — в характере деятельности и творческой активности потребителей туристических услуг (сам термин «креативный» подчеркивает творческий подход в стратегии развития). По мнению исследователей, культурный туризм «фокусируется на культурном и историческом наследии, материальных и этнокультурных традициях» [3, с. 40], но при этом сам познающий субъект остается достаточно пассивным, а креативный туризм на первое место выдвигает новые знания, умения, опыт и переживания, приобретенные в со-творчестве, содействии, когда потенциальный турист выступает как активный участник познания и получения новой информации. Таким образом, креативный туризм позволяет развивать путешественникам и гостям

города их творческие способности через активное погружение в культурную среду.

Методы и материалы

Главные методологические принципы современного образования — аксиологичность и поликультурность, которые выступают качественными характеристиками современного мира [4; 11]. Вместе с технологиями *Smart*-общества они создают новую информационно-образовательную среду, в которой технологии, образование, культура, национальные традиции становятся неразделимы.

Базовый подход к построению новой информационно-образовательной среды — коммуникативно-деятельностный, который опирается на принципы развивающего обучения и психолингвистические основы коммуникации как формы организации познания [8; 10], принципы сотрудничества в процессе формирования коллективной творческой деятельности [4].

В процессе разработки нового образовательного контента креативного краеведческого туризма использовались следующие методы: теоретические (изучение литературы, анализ, синтез, обобщение; проектирование и моделирование), практические (наблюдение, тестирование, графическое изображение).

Основной технологией, положенной в основу создания продукта и разработку интерактивного краеведческого инструмента — «карманного путеводителя», является сторителлинг, позволяющий креативно организовать коммуникативное пространство и сделать всех участников активными участниками деятельности.

Результаты, дискуссия

Туристическая отрасль Калужской области находится в активном поиске новых подходов и технологий в связи с увеличением туристического потока, особенностями миграционных процессов в регионе, появлением новых арт-объектов.

Первоначальной задачей для городов, активно развивающих креативный туризм, является создание среды, поддерживающей инновации и творчество. И формируют такую среду прежде всего образовательные институты и культурные центры, музеи, в которых большое количество молодых, креативно мыслящих людей. Для расширения туристического предложения существует сегодня множество направлений — национальные кухни, художественное и ремесленное творчество, мастер-классы, этнофестивали, интеллектуальные платформы и др. [3; 11]. Они создают новые событийные пространства.

Среди требований креативного туризма можно выделить следующие:

- творческое развитие традиционных моделей туризма;
- поиск и использование новых интеллектуальных платформ, современных информационных технологий, а также средств их реализации;
- со-творчество всех участников культурно-образовательных мероприятий;
- со-действие (со-производство продукта), что определяет проектный характер деятельности;
- учет поликультурной среды региона;
- развитие всех форм коммуникации, в том числе межкультурной.

В рамках реализации проекта «Поликультурное образовательное пространство Калужского региона как основа адаптации и интеграции мигрантов» преподавателями кафедры русского языка как иностранного Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского был разработан и проведен краеведческий образовательный квест по Калуге и Калужской области и создан интерактивный обучающий ресурс «Калуга и Калужская область. Карманный путеводитель» [6] (далее «Путеводитель»). Полагаем, что данный продукт может быть актуально востребован в туристической сфере и рассматриваться как инновационный культурно-образовательный контент в контексте коммуникативистики как теории взаимодействия.

В основе квеста — метод сторителлинга, современная технология деятельности типа, включающая рассказывание истории, ее активное слушание и выполнение заданий. Прежде всего, сторителлинг создает мотивацию, применяется для создания сообществ, групп влияния, да и возник он первоначально как бренд-реклама, как маркетинговый прием с целью наиболее эффективного донесения информации до потребителя [9]. Сторителлинг является по своей природе диалоговой технологией, успех которой во многом связан с умением чувствовать потребности аудитории, понимать ее настроение и получать обратную связь. Технология предполагает активное слушание, отклик на происходящее. Кроме того, сторителлинг является базой формирования впечатлений и эмоций, что способствует эффективности коммуникаций [14]. И в сфере культурно-образовательного креативного туризма эта технология успешно себя проявляет.

Само слово сторителлинг обозначает, что в ходе квеста будет предложено не просто путешествие, а рассказана история города, сопровождаемая интересными вопросами и заданиями, которые направят участников на поиск новой информации, посещение заданных в маршруте мест, исследование культурных

памятников, арт-объектов, объединяющих историю и современность. Таким образом, создается новое пространство для включения в диалог, который приобретает действенный характер, поскольку предполагает получение ответов в процессе движения по заданным маршрутам.

Начинается сторителлинг в стенах одного из корпусов Калужского государственного университета, бывшей гимназии, в которой работал К.Э. Циолковский, что задает главный вектор «космической истории» города. Интерактивные карты выступают в качестве навигации, позволяют просмотреть варианты маршрутов по городу Калуге и области, выбрать наиболее интересные места (рис. 1).

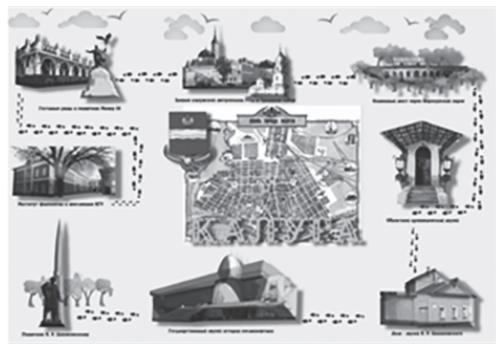


Рис. 1. Интерактивная карта г. Калуги

Поскольку главной целевой группой для такого путешествия выступают иностранные гости города Калуги и представители национально-культурных автономий, проживающие на территории Калужского региона, то информация во всех предлагаемых формах представлена максимально доступно, наглядно и понятно.

Основным помощником в путешествии является «Карманный путеводитель». Почему карманный? Данный формат позволяет держать его при себе (особенно в электронном виде), как бы в кармане, как мобильный телефон, при движении по городу или области заглядывать, получать нужную информацию или делать какие-то заметки. «Путеводитель» представляет собой брошюру, состоящую из трех частей: первая часть посвящена городу Калуге, вторая — Калужской области, третья включает лучшие поэтические произведения о Калуге и ее достопримечательностях.

Первые две части содержат информативные тексты краеведческого характера (адаптированные для иностранных граждан и гостей, для которых русский язык не является родным), после знакомства с которыми путешественнику-со-творцу предлагается выполнить несколько интерактивных заданий (рис. 2). Каждый текст сопровождается иллюстрациями, ко-

торые обобщенно и целостно передают представление о разных исторических и культурных объектах.

Каменный мост Адрес: ул. Пушкина	Задания
1. Что такое «книжка»? <hr/> <hr/>	
2. Расскажите, чем Каменный мост отличается от других мостов Калуги. <hr/> <hr/>	
3. Опишите, что вы видите, когда смотрите с Каменного моста на Правый берег Оки. <hr/> <hr/>	

Рис. 2. Страница «Путеводителя», посвященная историко-культурному памятнику «Каменный мост»

Следует сказать, что притекстовые вопросы-задания имеют особенность: они выходят за рамки текста, предполагается, что иностранный гость (студент, учащийся, проживающий в городе непродолжительное время), оказавшись у того или иного объекта (здания, памятника и т.д.), вовлекается в краеведческое пространство через выполнение заданий, проявляя при этом наблюдательность и производя активный поиск новой информации. Например, находясь на Каменном мосту, может заметить, чем Каменный мост через Березуевский овраг в старинной части города отличается от других мостов Калуги: с Каменного моста открывается вид на реку Оку, через которую проложен современный широкий мост, соединяющий два берега города, а под Каменным мостом нет никакой реки.

Кроме того, при прохождении краеведческого квеста встречаются задания, по-настоящему креативные, развивающие фантазию и творческие способности. Например, после посещения театральной площади, где расположен Калужский драматический театр, участнику предлагается сочинить историю, создать свой собственный сторителлинг.

Так появляется «история в истории»: у входа в театр есть памятник девушке, держащей табличку «Нет лишнего билета?» А это уже вариант для рождения «театрального сюжета» — истории самой девушки, спешащей на спектакль. Согласно технологии сторителлинга, девушка — главное действующее лицо, она у театра (место), далее необходимо придумать путь героини (что предшествовало ее появлению, что произойдет дальше), определить время действия, а также возможный состав участников.

Другими словами, персонаж выступает как способ организовать новое коммуникативное пространство, создать иную «реальность».

Максимальная творческая свобода ожидает потенциального путешественника и дальше: «Путеводитель» предлагает продолжить прогулку по Калуге самостоятельно и найти что-то лично интересное каждому. После текстовых идут пустые страницы-макеты, их можно дополнить информацией (в том числе в виде рисунка или фотографии) о тех местах и достопримечательностях, которые открыли для себя туристы сами. Таким образом, каждый может стать соавтором и создать историю «своей» Калуги.

Поскольку предлагаемый продукт включает не только культурный, но и образовательный контент, «Путеводитель» снабжен викториной, задания и вопросы которой помогают выделить и запомнить главное о городе, его истории и культуре (рис. 3).

Сверяясь с ответами и обращаясь за помощью к текстам и своим наблюдениям, впечатлениям от увиденного, изучая город самостоятельно по вопросам и заданиям, иностранные гости и представители национально-культурных автономий смогут лучше освоить язык, культуру, узнать историю Калуги и области, запомнить личностей, прославивших Калужскую землю.

В третьей части «Путеводителя» содержатся художественные тексты, на создание которых поэтов и писателей вдохновила Калужская земля. Стихи Булата Окуджавы, Марина Цветаевой, Беллы Ахмадулиной и др. о Калуге и Тарусе, других красивых уголках Калужского края придают особый эмоциональный настрой и выдывают переживания в качестве особого ресурса для закрепления полученных в ходе квеста-путешествия знаний. Здесь можно окунуться в атмосферу прекрасного русского Слова, по-новому ощутить красоту окружающего мира, а самое главное — попробовать свои силы в поэтическом творчестве, и «Путеводитель» на отдельных страницах предлагает это творчество сохранить.

Удобной для использования версией является электронный вариант «Путеводителя», который скачивается на любой из гаджетов и может быть использован в процессе как совместного, так и индивидуального краеведческого маршрута.

В ходе погружения в информационно-коммуникативное пространство происходит взаимодействие с адресатом коммуникации (потребителем) на разных уровнях: смысловом, эмоциональном, технологическом, событийном.

Выходы / заключение

Представленные в статье разработки в русле коммуникативного-деятельностного подхода помогают определить новые каналы коммуникации и средства передачи информации на основе современных технологий, позволяющих получать новые эффекты при взаимодействии субъектов — образовательные, культурные, социальные.

Краеведческий квест на основе современной образовательной технологии сторителлинга, реализуемой с помощью интерактивного обучающего цифрового инструмента — «Карманного путеводителя», позволяет говорить об инновационном продукте, который может быть использован в современной культурной индустрии и выступать как новое средство коммуникации, обеспечивающее диалоговость, интерактивность, активность в процессе познания, формирующее событийность и опыт деятельности.

10. Какой собор находится в центральном городском парке культуры и отдыха?

- а) Георгиевский собор,
- б) Троицкий собор,
- в) Покровский собор.

11. Кто заложил первый камень в фундамент будущего Музея космонавтики в Калуге?

- а) Ю.А. Гагарин,
- б) К.Э. Циолковский,
- в) Г.С. Титов.

12. Как вы знаете, Калуга — старинный театральный город. А сколько зрителей вмещает в себя главный зал Калужского драматического театра?

- а) 100 человек,
- б) 500 человек,
- в) 800 человек.

13. Что такое «виадук»?

- а) мост через глубокий овраг, ущелье,
- б) колодец,
- в) дорога.

14. В 1808 году купец П.М. Золотарёв построил дом с красивыми воротами, колоннами и фонарями на подъездах. Что сейчас находится в этом здании?

- а) Музей космонавтики,
- б) Краеведческий музей,
- в) Художественный музей.

15. В центре площади расположен 30-метровый монумент с фигурай женщиной, которая держит искусственный спутник Земли и серебристую ленту — символ реки Оки. Как называется эта площадь?

- а) Театральная площадь,
- б) Площадь Старый торг,
- в) Площадь Победы.

Рис. 3. Страница «Путеводителя» с викториной для гостей города

Наполненный образовательным контентом, адаптированным под иностранных граждан, активно прибывающих в разные регионы России, данный инновационный продукт отвечает всем требованиям креативного туризма, главными из которых являются со-творчество, со-производство и включенность

всех участников, коренных жителей города и гостей, в культурно-образовательную среду, которая приобретает признаки поликультурности, способствует снятию межнациональной напряженности и установлению взаимного уважения и доверия между народами.

Литература

- Боровинская Д.Н. Креативность и культурный продукт индустрии туризма: Актуальные зарубежные исследования [Текст] / Д.Н. Боровинская // Вестник ЧелГУ. — 2017. — № 13. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnost-i-kulturnyy-produkt-industrii-turizma-aktualnye-zarubezhnye-issledovaniya> (дата обращения: 02.04.2022).
- Гойхман О.Я. Коммуникативистика в современном обществе [Электронный ресурс] // Современная коммуникативистика. 2012, № 1. URL: <https://docplayer.com/27830391-Sovremennaya-kommunikativistika.html>
- Гордин В.Э. Развитие креативного туризма в Санкт-Петербурге и задачи петербургских музеев [Текст] / В.Э. Гордин, М.В. Матецкая // Мир экскурсий. — 2011. — № 2. — С. 39-41.
- Дейкина А.Д. Открытая методика: аксиологичность в современных исследованиях и школьных учебниках по русскому языку [Текст] / А.Д. Дейкина // Современные тенденции в развитии методики преподавания русского языка. — М.: Спутник +, 2017. — С. 35–40.
- Ермолаева Ж.Е. Сторителлинг как педагогическая техника передачи явного и неявного знания в вузе [Текст] / Ж.Е. Ермолаева, О.В. Лапухова, И.Н. Герасимова // Пожары и ЧС. — 2016. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-pedagogicheskaya-tehnika-peredachi-yavnogo-i-neyavnogo-znaniya-v-vuze-1> (дата обращения: 09.04.2022).
- Калуга и Калужская область: карманный путеводитель [Текст] / К.В. Еленская, П.Е. Топорков, Т.В. Фомина; под ред. Н.А. Исаевой. — Калуга: Эйдос, 2021. — 100 с.
- Кравченко А.В. Коммуникация и язык: некоторые соображения о предметной области коммуникативистики [Текст] / А.В. Кравченко // Современная коммуникативистика. — 2013. — № 2. — С. 4–9.
- Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации [Текст]: курс лекций / В.В. Красных. — М.: Гнозис, 2001. — 270 с.
- Кузовенкова А.И. Сторителлинг как новая медиатехнология [Электронный ресурс] // Знак: проблемное поле медиабразования. — 2017. — № 4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-mediatehnologiya> (дата обращения: 05.04.2022).
- Леонтьев А.А. Язык и речевая деятельность в общей и педагогической психологии. Избранные психологические труды [Текст] / А.А. Леонтьев. — М.: Московский психолого-социальный ин-т; Воронеж: МОДЭК, 2004. — 535 с.
- Никитенко А.В. Калужская область — «Регион нового развития» туризма [Текст] / А.В. Никитенко // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2010. № 2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kaluzhskaya-oblast-region-novogo-razvitiya-turizma> (дата обращения: 02.04.2022).
- Поликультурное образование и профилактика ксенофобии в образовательной среде [Текст]: монография. — М.: ИД СВ РАО, 2019. — 257 с. — URL: <https://xn--80adrabb4aegksdjbafk0u.xn--p1ai/upload/iblock/2cc/2cc7ee36ccc529435c906babcc50abc4.pdf>
- Тихомирова Н.В. Глобальная стратегия развития smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету [Электронный ресурс] / Smart Education. URL:<http://smartmesi.blogspot.com/2012/03> (дата обращения: 02.04.2022)
- Челнокова Е.А. Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций [Текст] / Е.А. Челнокова, С.Н. Казначеева, К.В. Калинкина, Н.М. Григорян // Перспективы науки и образования. — 2017. — № 5. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-tehnologiya-effektivnyh-kommunikatsiy> (дата обращения: 05.04.2022).
- Шалина И.В. Современная коммуникативистика: практикум [Текст]: учеб.-метод. пособие / И.В. Шалина. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 128 с.
- Berko R.M. Communicating / R.M. Berko, A.D. Wolvin, D.R. Wolvin. Boston: BUP, 1992. 346 p.

References

- Borovinskaya D.N. Kreativnost' i kul'turnyy produkt industrii turizma: Aktual'nye zarubezhnye issledovaniya [Creativity and cultural product of the tourism industry: Current foreign studies]. *Vestnik ChelGU* [Bulletin of ChelSU]. 2017, I. 13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnost-i-kulturnyy-produkt-industrii-turizma-aktualnye-zarubezhnye-issledovaniya> (accessed 02 April 2022).
- Gojhman O.YA. Communication studies in modern society // Sovremennaya kommunikativistika [Modern Communication Studies]. 2012, I. 1. URL: <https://docplayer.com/27830391-Sovremennaya-kommunikativistika.html>
- Gordin V.E., Mateckaya M.V. Razvitie kreativnogo turizma v Sankt-Peterburge i zadachi peterburgskikh muzeev [Development of creative tourism in St. Petersburg and the tasks of St. Petersburg museums]. *Mir ekskursij* [Mir of Excursions]. 2011, I. 2, pp. 39–41.
- Deykina A.D. Otkrytaya metodika: aksiologichnost' v sovremennykh issledovaniyakh i shkol'nykh uchebnikakh po russkomu yazyku [Open methodology: axiological character in modern research and school textbooks on the Russian language]. Sovremennye tendencii v razvitiy metodiki prepodavaniya russkogo yazyka [Modern trends in the development of the methodology of teaching the Russian language]. Moscow, Sputnik + Publ., 2017. pp. 35–40.
- Ermolaeva ZH.E., Lapuhova O.V., Gerasimova I.N. Storitelling kak pedagogicheskaya tekhnika peredachi yavnogo i neyavnogo znaniya v vuze [Storytelling as a pedagogical technique for transmitting explicit and implicit knowledge in a university]. *Pozhary i CHS* [Fires and emergencies]. 2016, I. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-pedagogicheskaya-tehnika-peredachi-yavnogo-i-neyavnogo-znaniya-v-vuze-1> (accessed: 09 April 2022).
- Kaluga and Kaluga Region: pocket guide. K.V. Elenskaya, P.E. Toporkov, T.V. Fomina. Kaluga: Ejdos Publ., 2021. 100 p.
- Kravchenko A.V. Kommunikatsiya i yazyk: nekotorye soobrazheniya o predmetnoy oblasti kommunikativistiki [Communication and language: some considerations about the subject area of communication studies]. Sovremennaya kommunikativistika [Modern Communication Studies]. 2013. No. 2, pp. 4–9.
- Krasnyh V.V. Osnovy psiholingvistiki i teorii kommunikacii [Fundamentals of psycholinguistics and theory of communication]. Moscow, Gnozis Publ., 2001. 270 p.
- Kuzovenkova A.I. [Storitelling kak novaya mediatehnologiya Storytelling as a new media technology]. *Znak: problemnoe*

- pole mediaobrazovaniya [Znak: problematic field of media education]. 2017, I. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-mediatehnologiya> (accessed 05 April 2022).
10. Leont'ev A.A. *Yazyk i rechevaya deyatel'nost' v obshchej i pedagogicheskoy psihologii* [Language and speech activity in general and pedagogical psychology]. Moscow, Moskovskij psihologo-social'nyj in-t, Publ.; Voronezh, MODEK, Publ., 2004. 535 p.
11. Nikitenko A.V. *Kaluzhskaya oblast' — «Region novogo razvitiya» turizma* [Kaluga region — “Region of new development” of tourism]. *Teoriya i praktika servisa: ekonomika, social'naya sfера, tekhnologii* [Theory and practice of the service: economy, social sphere, technology]. 2010, I. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kaluzhskaya-oblast-region-novogo-razvitiya-turizma> (accessed 02 April 2022).
12. *Polikulturalnoe obrazovanie i profilaktika ksenofobii v obrazovatel'noy srede* [Multicultural education and prevention of xenophobia in the educational environment]. Moscow, IIHSV RAO Publ., 2019. 257 p. URL: <https://xn--80adrabb4aegksdjbafk0u.xn--p1ai/upload/iblock/2cc/2cc7ee36ccc529435c906ba6cc50a6c4.pdf>
13. Tihomirova N.V. Global strategy for the development of smart society. MESI on the way to Smart University [Electronic resource] Smart Education. URL: <http://smartmesi.blogspot.com/2012/03> (accessed 02 April 2022).
14. Chelnokova E.A., Kaznacheeva S.N., Kalinkina K.V., Grigoryan N.M. Storitelling kak tekhnologiya effektivnykh kommunikatsiy [Storytelling as a technology of effective communications]. Perspektivy nauki i obrazovaniya [Perspectives of science and education]. 2017, I. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-tehnologiya-effektivnyh-kommunikatsiy> (accessed 05 April 2022).
15. Shalina I.V. Modern communication studies: practicum: textbook. method. stipend. Yekaterinburg: Ural. un-t Publ., 2016. 128 p.
16. Berko R.M. Communicating / R.M. Berko, A.D. Wolvin, D.R. Wolvin. Boston: BUP, 1992. 346 p.