

УДК 796.5 + 338.48

Дизайн архитектурной среды туристского кластера как способ развития туристической индустрии

© К.А. Жижилева

Аннотация: Туризм является одним из главных источников получения положительных эмоций, которые формируются из психологического комфорта нахождения в другой окружающей среде, эстетической стороны, коэффициента полезности, чувства вдохновения от увиденного, воплощения ожидаемой реальности. Планирование и реализация путешествий дает человеку возможность сменить обыденную обстановку, выйти за рамки зоны комфорта, получить новые эмоции. Архитектурный облик городов имеет большое значение в современной туристической индустрии, неповторимый внешний облик городского пространства, который создает атмосферу пребывания в нем, несет в себе эстетические, художественные ценности. Памятники истории, современные сооружения притягивают путешественников, желающих обогатить свои знания. Городской туризм дает возможность познакомиться с уникальными архитектурными решениями, природными и климатическими особенностями региона. Нахождение человека в той или иной городской среде показывает его чувства толерантности, то, насколько он готов воспринимать окружающую его среду исходя из определенных факторов – социально-экономических, политических, экологических.

Ключевые слова: городской туризм, туризм, памятники архитектуры, психотип, эмоции, городская среда, окружающая среда.

Внешний облик зданий, городов, памятников культуры и архитектуры притягивает туристов со всего мира, которые хотят «увидеть все своими глазами», прикоснуться к оригинальным памятникам архитектуры, сделать фотографию и сохранить воспоминания. Порой не зная даже истории того или иного шедевра – памятника архитектуры, туристы стремятся познакомиться с ним, потому что популярно, красиво, доступно. Тяга к путешествиям зародилась еще в Античные времена, когда целью путешественников была торговля, лечение, получение образования или участие в спортивных соревнованиях. Позже, во время Эпохи Возрождения туризм приобретает культурную направленность, многочисленные маршруты по Европе, путеводители с достопримечательностями, улучшенные условия для путешествий как следствие технологического прогресса, манили людей отправиться в дорогу в образовательных и познавательных целях. Туризм набирал обороты, привлекал своей неизведанностью и был критерием престижа в высших кругах общества. Люди чувствовали потребность в путешествиях как способе восстановления физических сил и эмоционального состояния. Мотив – смена обыденной обстановки, знакомство с новыми людьми, деловые контакты, лечение, осмотр достопримечательностей. В начале XIX века стали появляться первые клубы путешественников, где можно было поделиться опытом в кругу единомышленников [1]. Массовость туризма, которую он приобрел в конце XX века, не лишила его индивидуальности, ведь каждый туристический продукт осмысливался человеком по своему, исходя из своего опыта, знаний и социального статуса. Современное положение туризма в XXI веке имеет все те же черты, отличие лишь в исполнении. Туризму присуща массовость, но в тоже время уникальность, планирование, реализация и воспоминания об отдыхе у каждого путешественника проходят индивидуально. Даже самый массовый турпродукт нельзя с точностью повторить, так как восприятие разными людьми одних и тех же условий отдыха может отличаться.

Существует несколько типов туров, выбор одного из которых зависит от многих внешних и внутренних факторов влияющих на человека в момент принятия решения, от его психотипа, эмоционального состояния и уровня образованности [2]. В рамках данной статьи рассмотрим

© Ксения Александровна Жижилева, магистр направления «Менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), директор Туристической компании ООО «Гризли» (Челябинск, Россия); e-mail: ks.zhizhileva@mail.ru

городской тип туризма с элементами познавательного (экскурсионного). Город, как социально-экономическая система представляет собой максимально комфортное для людей пространство, обладающее свойством экспрессивности – ярко выраженным ландшафтом, уникальными архитектурными сооружениями, природными и климатическими особенностями, а так же свойством мемориальности – накопление материальных и нематериальных артефактов, показывающих эволюцию социума. По мере развития научно-технического прогресса городская среда наполняется новыми функциональными инженерными системами. Туристов привлекает не только исторический облик городов с его памятниками, но и инновации в строительстве, нетрадиционные технологические решения, современные объекты архитектуры. Нахождение человека в той или иной городской среде показывается его чувства толерантности, то, насколько он готов воспринимать окружающую его среду исходя из определенных факторов – социально-экономических, политических, экологических.

Проведя исследование на основе анализа анкетных данных туристов¹, которые отправлялись на отдых через туристическую компанию «Гризли» г. Челябинск в период с марта по ноябрь 2019 года можно привести следующие показатели, характеризующие процентное соотношение туристов предпочитающих городской туризм. Из общего числа туристов 913 человек обратившегося за подбором отдыха предпочтение городскому типу путешествия отдали 37%, назвав целью своего отдыха культурное обогащение, просвещение и престижность. Ожидание от городского отдыха – размещение в удобно расположенных центральных отелях основных туристических зон, транспортная доступность, возможность аренды автомобиля, посещение экскурсий, самостоятельный осмотр памятников культуры и архитектуры, знакомство с национальной кухней, общение с местным населением в целях практики изучения иностранного языка. При работе с туристами в процессе организации подобных туров особое внимание уделяется информированию. Информация должна быть полной, достоверной, максимально понятной, в основном, она касается туристических мест, где можно провести время с пользой и познакомиться с культурой. Системная и структурированная информация дает возможность туристу на месте получить больше положительных эмоций, психосоциальная среда посещаемого места становится более комфортной благодаря заранее полученным знаниям и построенным маршрутам.

Понятная навигация в городах, приведенная к общим международным стандартам, в шаговой доступности информационные бюро с картами маршрутов, рекламой музеев, выставок и тематических мероприятий делает прогулки по городу максимально комфортными и информативными. Первое, на что реагирует человек, то, что видят его глаза, образ проникает в мысли и там уже с учетом полученной информации получается конечный результат – сложившее мнение об увиденном. Поэтому состояние памятников, музеев, театров, амфитеатров и других важных культурных объектов необходимо поддерживать, проводя реставрации и реконструкции, сохраняя исторический облик, тем самым оставляя возможность туристам прикоснуться к культуре [3].

Посещая города – центры международного туризма, человек ожидает увидеть здания, выполненные по проектам великих архитекторов, необычные памятники архитектуры, символизирующие исторические события – из этого складывается образ путешествия. Архитектура – это неповторимый внешний облик городского пространства, который создает атмосферу пребывания в нем, несет в себе эстетические, художественные ценности. Основными характерными особенностями архитектуры можно определить функциональную, эстетическую и конструктивную, в совокупности они создают полноценный образ городской среды [1].

Важную роль в развитии современного туризма играет привлекательность необычных памятников, символизирующих разные исторические периоды в мировой истории. Так, например, скульптура «Обувь на берегу Дуная»² (Будапешт, Венгрия), которая увековечила память в честь погибших евреев во время Второй Мировой Войны, им приказали снять обувь и расстреляли у воды (ил. 1). Скульптура «Вываться из оков» (Филадельфия, США), как символ стремления к бессмертию и вечной свободе (ил. 2). Скульптура «Путешественники» (Марсель, Франция) очень символична и каждый видит свой смысл в ней, отсутствие некоторых частей может быть

¹ Архив туристической компании «Гризли» г. Челябинск.

² «Туфли на набережной Дуная» (венг. *Cipők a Duna-parton*) – мемориал жертвам Холокоста, установленный в 2005 г. на берегу Дуная в Будапеште (автор идеи проекта Янош Кен Тогай).

осмыслено по своему, как то, что путешественник оставляет часть себя в своих путешествиях, а может быть наоборот отсутствующие части – еще не восполнены путешествиями (ил. 4). Скульптуры дают возможность творческому осмыслению их значения каждым путешественником по-своему, одним приходит понимание действительности, другие находят в себе новые эмоции, а кто-то просто видит в этом предмет искусства (ил. 3). Архитектурные объекты могут вызвать разные эмоции у человека в зависимости от его психологического состояния на данный момент – радость, печаль, страх, уныние, воодушевление, безразличие.



Ил.1. Мемориал жертвам Холокоста на берегу Дуная, 2005. Будапешт, Венгрия.

Figure 1. Shoes on the Danube Promenade

- Holocaust Memorial

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%84%D0%BB%D0%B8_%D0%BD%D0%B0_%BD%D0%
%:Shoes_Danube_Promenade_IMGP1297.jpg



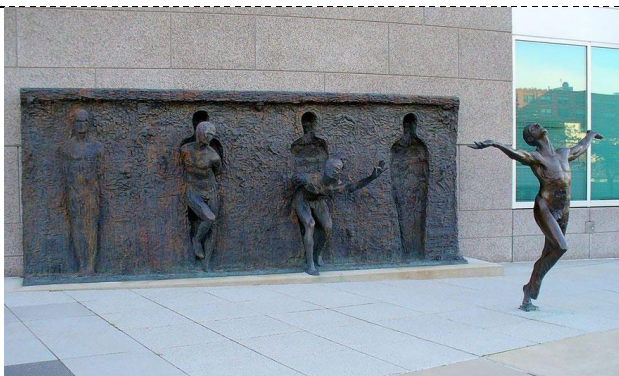
Ил. 3. Статуя Нептуна, 2001. Испания,

Плайя де Меленара, скульптор Луїс

Аренсибия Бетанкур.

Figure 2. Statue of Neptune, 2001. Spain, Playa de Melenara, sculptor Luis Arensibia Betancourt.

https://vk.com/doittravelit?z=photo-73499207_457267847%2Fwall-73499207_56685



Ил. 2. «Вырваться из оков». Филадельфия, США

Figure 2. "Break through from your mold"
Philadelphia, USA.

<https://www.pinterest.ru/pin/399201954467208989/>



Ил. 4. «Путешественники», 2010-е гг.

Марсель, Франция. Скульптор Бруно Каталано.

Figure 4. "Les Voyageurs", 2010. Marseille, France. Sculpted by Bruno Catalano.

https://fr.igotoworld.com/ru/poi_object/46518_skulpturi-mandrivnikiv-bruno-katalano.htm

Каждая эмоция ценна, она позволяет ее обладателю разобраться в себе, возможно, найти ответ на волнующий вопрос, задуматься о чем-то глобальном или же, наоборот, вспомнить о какой-то мелочи, которая вдруг станет важной. Эмоции – это субъективные, индивидуальные реакции человека на происходящие ситуации в жизни [4]. Туризм является одним из главных источников получения положительных эмоций, которые формируются из психологического комфорта нахождения в другой окружающей среде, эстетической стороны, коэффициента полезности, чувства вдохновения от увиденного, воплощения ожидаемой реальности. Негативные эмоции так же могут присутствовать во время путешествия, они могут быть связаны с

неудовлетворенностью посещаемых мест, отсутствием ожидаемого комфорта, неподготовленностью туриста, разочарованием от реальности. Эмоциональное состояние человека в данный период времени в определенном месте зависит от нескольких факторов: толерантности, образованности, принадлежности к психотипу, информированности и подготовленности к путешествию. Все эмоции должны иметь эпизодический характер, восприниматься человеком на краткое время и оставаться как воспоминание или опыт [2].

Оценивая значение дизайна и архитектуры в развитии туристической индустрии, стоит так же отметить и значение объектов размещения туристов, которые играют немаловажную роль в создании комфорта нахождения в другой социальной среде. Для получения положительных эмоций важно ощущение безопасности, которое должно сопровождать человека на протяжении всего путешествия, будь это экскурсия или место ночлега. Современные путешественники уделяют большое внимание к объектам размещения, предъявляя к ним ряд требований – социальная доступность, удобное расположение, качество номерного фонда, наличие ресторана, бассейна и спа-центра при отеле. Большой популярностью пользуются отели расположенные в исторических и культурных центрах, которые предлагают высокий уровень сервиса, современное убранство номеров, широкий выбор дополнительных услуг. Важную роль играет и внешний облик зданий – культурное сходство с местными архитектурными традициями, использование схожих строительных материалов и технологий [5, 6]. Однако, особое место занимают тематические отели, а так же размещение в замках с воссозданием атмосферы прожитых столетий. Например, в Чехии есть пять замков, где можно остановиться на ночлег: Шато Stirin, построенный в XV веке как форт и по окончании тридцатилетней войны за ненадобностью переделанный в роскошный шато с парком, замок Емниште готов принять гостей, замок Ратбор, построенный в прошлом столетии, является образцом модернизма, четырех звездочный отель Либлице, Mandarin Oriental – расположен в бывшем монастыре в центральном районе Праги. Атмосфера этих мест притягивает туристов, у них появляется возможность не только посмотреть на историческое величие, но и ощутить величие этих мест изнутри. Объекты включают в себя информацию об исторических, национальных, климатических, гастрономических особенностях данного региона, которая дополняет визуальные впечатления. Туристы стараются максимально материализовать свои впечатления – помимо многочисленных фото и видео съемки, они стараются забрать с собой частичку истории в виде символов, магнитов, открыток, дегустационных блюд. Это тоже своеобразная потребность человека взять с собой то, что ему понравилось, запало в душу, чтобы спустя какое-то время еще раз прикоснуться к своим воспоминаниям и поделиться ими с окружающими [7].

Современную жизнь общества можно охарактеризовать такими проявлениями как глобализация, урбанизация и виртуализация. Стремление человека путешествовать – это в первую очередь желание ощутить на себе иную атмосферу, и именно городской тип туризма в полной мере дает такую возможность разностороннего познания. Город привлекает людей своим неповторимым архитектурным обликом, при посещении культурных достопримечательностей повышается уровень образованности и информированности человека. С одной стороны, город является результатом материальной и духовной работы людей, проживающих в нем, с другой стороны, – это подвижная система, находящаяся под постоянным влиянием различных элементов открытой среды [8–10].

Таким образом, проанализировав роль дизайна и архитектуры в развитии современного туризма, можно прийти к выводу, что это его неотъемлемая часть, которая способствует формированию общего представления и впечатления об отдыхе, создает неповторимый образ путешествия, основанный на личных впечатлениях туриста. Архитектурный облик характеризует городское пространство, подчеркивает особенности ландшафта, раскрывает историческое прошлое, что в совокупности формирует целостное впечатление у туриста. Комфорт путешествия складывается не только от продуманности маршрута, но и информативности указателей, доступности транспорта, качественных дорожных условий, состояния культурных объектов. В развитии туристической индустрии важно уделить внимание не только наличию памятников архитектуры, но и их состоянию: реставрационные работы, реконструкции, содержание объектов. Массовые тематические мероприятия, связанные с историей города, воссоздающие атмосферу прошлых времен, знакомящие с традициями регионов дополнительно привлекают туристов, создавая еще большее эмоциональное впечатление. Вовлеченность туриста в жизнь города дает ему возможность на время стать ее частью, что способствует комфортному пребыванию, усилению

положительных эмоций и появлению более ярких впечатлений от путешествия. Внимание со стороны местного населения посещаемого региона также играет роль – гостеприимство, желание показать свой город и рассказать о нем заставляет даже самого равнодушного туриста проникнуться историей и восхититься архитектурой. Работа местных гидов, доступность их услуг и высокая квалификация притягивают туристов, которые хотят не только посмотреть местность, но и получить знания, расширить свой кругозор. Каждый путешественник делиться своими впечатлениями по приезду, сравнивая посещенные места и выделяя яркие моменты как положительного, так и негативного характера, поэтому для городов, стремящихся к развитию туристической индустрии на своей территории важен комплексный подход к организации и поддержанию городского архитектурного пространства. Городское пространство формируют не только районы с высокой туристической посещаемостью, но и тихие жилые кварталы, которые интересны многим опытным путешественникам, ведь именно там нет наигранности, праздности, там можно действительно увидеть повседневный жизненный уклад населения. Важно, чтобы эти районы создавали единый архитектурный ансамбль, поддерживали традиции строительства и декора зданий и сооружений. Контрастность между туристическими и нетуристическими районами одного населенного пункта создает двойное впечатление у туриста и чаще всего вызывает негативные эмоции. Единство города и состояния его городской среды привлекает, создает полноценное, настоящее впечатление исключая несоответствие облика города для туристов и его истинного облика с местным колоритом.

Список литературы

1. Дулов А.Н. История путешествий и туризма: монография / А.Н. Дулов, К.А. Дюхова, Д.В. Юрчак // Витебский государственный университет, 2011. – 138 с.
2. Таранов А.С. Психология среды как фактор туристской деятельности / А.С. Таранов, Н.А. Политикова // Сервис в России и за рубежом, 2019, № 13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-sredy-kak-faktor-turistskoy-deyatelnosti/viewer> (дата обращения 16.04.2020).
3. Соколов А.С. Теоретико-методологические аспекты медицинского туризма / А.С. Соколов, Н.П. Манько, В.Г. Гуляев // Вестник РМАТ, 2017, № 3. – С. 106–110. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-pohody-istochnik-emotsionalnogo-zdorovya/viewer> (дата обращения 01.03.2020).
4. Литвин А.В. Психологические особенности людей, практикующих различные виды туризма // Южно-российский журнал социальных наук, 2018, № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-lyudey-praktikuyuschih-razlichnye-vidy-turizma/viewer> (дата обращения 04.05.2020).
5. Крамаренко М.А. Принципы архитектурно-планировочной организации курортных гостиниц // Architecture and Modern Information Technologies, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiy-arhitekturno-planirovochnoy-organizatsii-kurortnyh-gostinits/viewer> (дата обращения 05.05.2020).
6. Егорова Н.Е. Основные направления развития туристических дестинаций / Н.Е. Егорова, И.А. Киселева // Финансовая аналитика: проблемы и решения, 2014, № 33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-razvitiya-turisticheskikh-destinatsiy/viewer> (дата обращения 30.04.2020).
7. Хуснутдинова С.Р. Городская среда как необходимое пространственное условие развития активного образа жизни и активного туризма / С.Р. Хуснутдинова, Ю.А. Закирова // Современные проблемы сервиса и туризма, 2017, № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskaya-sreda-kak-neobhodimoe-prostranstvennoe-uslovie-razvitiya-aktivnogo-obraza-zhizni-i-aktivnogo-turizma/viewer> (дата обращения 13.03.2020).
8. Мутавчи Е.П., Семенова Л.В. Городской туризм – драйвер экономики впечатлений / Е.П. Мутавчи, Л.В. Семенова // Наука и туризм: стратегии взаимодействия, 2017, № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskoy-turizm-drayver-ekonomiki-vpechatleniy/viewer> (дата обращения 07.05.2020).

9. Ключникова Е.А., Шляхтин И.А. Туристские походы – источник эмоционального здоровья / Е.А. Ключникова, И.А. Шляхтин // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения, 2018. URL <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-pohody-istochnik-emotsionalnogo-zdorovya/viewer> (дата обращения 21.05.2020).

10. Булатова Е.К. Формирование архитектурной среды туристского центра для малых и средних городов: на примере Южного Урала / Автореф. дис. на соиск. уч.ст. канд. арх. по спец.-ти 05.23.20 Теория и история архитектуры, реставрация и реконструкция историко-архитектурного наследия. – Нижний Новгород, 2014. URL <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-arkhitekturnoi-sredy-turistskogo-tsentra-dlya-malykh-i-srednikh-gorodov-na-prim> (дата обращения 10.08.2020).

Article Summary

Design. Art. Industry, 2020, Issue 7

Dizain arkhitekturnoi sredy turistskogo klastera kak sposob razvitiya turindustrii [Design of the architectural environment of the tourism cluster as a way to develop the tourism industry]

Abstract:

Tourism is one of the main sources of positive emotions, which are formed from the psychological comfort of being in a different environment, the aesthetic side, the coefficient of utility, the feeling of inspiration from what he saw, the embodiment of the expected reality. Travel planning and implementation gives a person the opportunity to change the everyday environment, go beyond the comfort zone, and get new emotions. The architectural appearance of cities is of great importance in the modern tourism industry, the unique appearance of the urban space, which creates the atmosphere of being in it, carries aesthetic and artistic values. Historical monuments, modern buildings attract travelers who want to enrich their knowledge. Urban tourism provides an opportunity to get acquainted with the unique architectural solutions, natural and climatic features of the region. Finding a person in a particular urban environment shows his feelings of tolerance, the extent to which he is ready to perceive his environment based on certain factors - socio-economic, political, environmental.

Key words: urban tourism; tourism; architectural monuments; psychotype; emotions; urban environment.

Author: **Ksenia A. Zhizhileva**, Master of Management, South Ural State University (National Research University), Director of the Tourist Company ООО «Grizli» (Chelyabinsk, Russia); e-mail: ks.zhizhileva@mail.ru

References

1. Dulov A.N., Dyukhova K.A., Yurchak D.V. *Istoriya putesthestvii i turizma* [Travel and Tourism History] Vitebsk State University, 2011, 138 p.
2. Taranov A.S., Politikova N.A. *Psikhologiya sredy kak faktor turistskoi deyatel'nosti* [Psychology of the environment as a factor of tourist activity] *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad], 2019, no 13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-sredy-kak-faktor-turistskoy-deyatelnosti/viewer> (visit date 16.04.2020).
3. Sokolov A.S., Man'ko N.P., Gulyaev V.G. *Teoretiko-metodologicheskie aspekty meditsinskogo turizma* [Theoretical and methodological aspects of medical tourism] *Vestnik RMA* [RMA Bulletin], 2017, no 3, pp 106–110. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-pohody-istochnik-emotsionalnogo-zdorovya/viewer> (visit date 01.03.2020).
4. Litvin A.V. *Psikhologicheskie osobennosti lyudei, praktikuyushchikh razlichnye vidy turizma* [Psychological characteristics of people practicing various types of tourism]. *Yuzhno-rossiiskii zhurnal sotsial'nykh nauk* [South-Russian Journal of Social Sciences], 2018, no 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-lyudey-praktikuyushchih-razlichnye-vidy-turizma/viewer> (visit date 04.05.2020).
5. Kramarenko M.A. *Printsipy arkhitekturno-planirovochnoi organizatsii kurortnykh gostinits* [Principles of architectural and planning organization of resort hotels]. Architecture and Modern

Information Technologies, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-arhitekturno-planirovochnoy-organizatsii-kurortnyh-gostinits/viewer> (visit date 05.05.2020).

6. Egorova N.E., Kiseleva I.A. Osnovnye napravleniya razvitiya turisticheskikh destinatsii [The main directions of development of tourist destinations] *Finansovaya analitika: problemy i resheniya* [Financial analytics: problems and solutions], 2014, no 33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-razvitiya-turisticheskikh-destinatsiy/viewer> (visit date 30.04.2020)

7. Khusnutdinova S.R., Zakirova Yu.A. Gorodskaya sreda kak neobkhodimoe prostranstvennoe uslovie razvitiya aktivnogo obraza zhizni i aktivnogo turizma [The urban environment as a necessary spatial condition for the development of an active lifestyle and active tourism] *Sovremennye problemy servisa i turizma* [Modern problems of service and tourism], 2017, no 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskaya-sreda-kak-neobkhodimoe-prostranstvennoe-uslovie-razvitiya-aktivnogo-obraza-zhizni-i-aktivnogo-turizma/viewer> (visit date 13.03.2020).

8. Mutavchi E.P., Semenova L.V. Gorodskoi turizm – draiver ekonomiki vpechatlenii [Urban tourism is the driver of the experience economy] *Nauka i turizm: strategii vzaimodeistviya* [Science and Tourism: Interaction Strategies], 2017, no 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskoy-turizm-drayver-ekonomiki-vpechatleniy/viewer> (visit date 07.05.2020).

9. Klyushnikova E.A., Shlyakhtin I.A. Turistskie pokhody – istochnik ehmtsional'nogo zdorov'ya [Backpacking is a source of emotional health] *Vestnik akademii detsko-yunosheskogo turizma i kraevedeniya* [Bulletin of the Academy of Children and Youth Tourism and Local History], 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-pohody-istochnik-emotsionalnogo-zdorovya/viewer> (visit date 21.05.2020).

10. Bulatova E.K. Formation of the architectural environment of a tourist center for small and medium-sized cities: the example of the South Urals [Formation of the architectural environment of a tourist center for small and medium-sized cities: the example of the South Urals] *Avtoreferat dissertatsii* [Dissertation abstract]. Nizhny Novgorod, 2014. URL: <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-arkhitekturnoi-sredy-turistskogo-tsentra-dlya-malykh-i-srednikh-gorodov-na-prim> (visit date 10.08.2020).

For Citation

Zhizhileva Ksenia A. Design of the architectural environment of the tourism cluster as a way to develop the tourism industry *Design. Art. Industry: International Journal of Scientific Research* Editor in chief N M Shabalina. Chelyabinsk: Tekhne Publ. House, 2020, Issue 7, pp 77–83 (in Russian).

Образец цитирования

Жижилева К.А. Дизайн архитектурной среды туристского кластера как способ развития туристической индустрии // Дизайн. Искусство. Промышленность: Международный журнал научных исследований / гл. ред. д.р. иск. Н. М. Шабалина. – Челябинск: Издательский Дом Технэ, 2020. – Выпуск 7. – С. 77–83.