

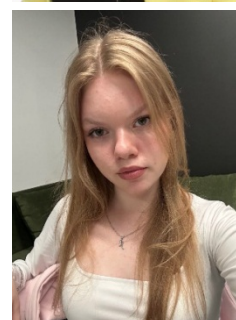
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.48

Ю.А. РЫБАЛКО, канд. экон. наук, доцент,
заведующий кафедрой социально-гуманитарных дисциплин¹
E-mail: rybalko.u@polessu.by



А.Г. ТУЦКАЯ
студент¹
¹Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь
E-mail: tuckaaalina@gmail.com



Статья поступила 9.04.2026 г.

МРАЧНЫЙ ТУРИЗМ КАК СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМА: ЭТИЧЕСКИЕ ДИЛЕММЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье рассматривается феномен мрачного туризма как противоречивого и растущего сегмента туристической индустрии. Проанализированы причины интереса к местам трагедий и этические проблемы коммерциализации горя. Выявлены ключевые психологические мотивы туристов, представлена классификация видов мрачного туризма и обоснована необходимость этического регулирования. В качестве решения предложена концепция приложения «Этичный исследователь», призванного превратить любопытство в осмысленный образовательный опыт и способствовать сохранению исторической памяти.

Ключевые слова: мрачный туризм, темный туризм, этика туризма, трагедия, мобильное приложение, дополненная реальность, историческая память.

RYBALKO Y.A., PhD in Econ. Sc.,
Head of the Department of Social Sciences and Humanities Disciplines¹

TUCKAYA A.G., Student¹
¹Polessky State University, Pinsk, Republic of Belarus

DARK TOURISM AS A CONTEMPORARY TREND IN TOURISM: ETHICAL DILEMMAS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

The article examines the phenomenon of dark tourism as a controversial and growing segment of the travel industry. It analyzes the reasons for tourist interest in sites associated with tragedy and the ethical

problems surrounding the commercialization of grief. Key psychological motives of tourists are identified, a classification of dark tourism types is presented, and the necessity for ethical regulation is substantiated. As a solution, the concept of a mobile application called "The Ethical Explorer" is proposed, designed to transform curiosity into a meaningful educational experience and contribute to the preservation of historical memory.

Keywords: dark tourism, thanatourism, tourism ethics, tragedy, mobile application, augmented reality, historical memory.

Введение. Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом интереса к местам, связанным с человеческими страданиями и катастрофами. То, что еще несколько десятилетий назад считалось маргинальным увлечением, сегодня превратилось в глобальный рыночный феномен. По данным Coherent Market Insights, в 2024 году объем рынка мрачного туризма достиг **\$31,8 млрд**, а к 2031 году прогнозируется его рост до **\$43,5 млрд** [1]. Такие места, как Чернобыльская зона отчуждения, музей Аушвиц-Биркенау или руины Помпей, привлекают миллионы посетителей ежегодно. Например, только в 2023 году мемориальный комплекс Освенцим посетили свыше 1,67 млн человек, а зону отчуждения Чернобыльской АЭС после выхода одноименного мини-сериала НВО – более 124 тысяч туристов за год, что стало абсолютным рекордом. Подобная динамика свидетельствует о том, что интерес к «темным» страницам истории перестает быть нишевым и приобретает черты массового культурного явления.

Однако наряду с ростом популярности обостряются и этические вопросы: где проходит грань между сохранением памяти и эксплуатацией смерти? Как коммерциализация мест трагедий влияет на восприятие истории и на эмоциональное состояние родственников жертв? На эти вопросы наука пока не даёт однозначных ответов, что и обуславливает высокую степень актуальности междисциплинарного изучения мрачного туризма с позиций социологии, психологии, экономики и этики.

Объектом исследования выступает мрачный туризм как социокультурное и экономическое явление.

Предметом исследования является совокупность мотивационных факторов, этических проблем и технологических решений, связанных с развитием мрачного туризма.

Цель статьи заключается в систематизации теоретических подходов к пониманию феномена мрачного туризма и обосновании концепции инструмента, позволяющего минимизировать этические риски при его организации.

Для достижения поставленной цели в работе решались следующие задачи:

1. Провести анализ содержания понятия «мрачный туризм» на основе научных источников.
2. Систематизировать психологические мотивы, побуждающие людей посещать места трагедий.
3. Выявить основные этические проблемы, сопровождающие развитие данного направления.
4. Рассмотреть экономические аспекты и влияние мрачного туризма на локальные сообщества.

5. Предложить концепцию мобильного приложения, способствующего этичному потреблению объектов мрачного туризма.

Методологическую основу исследования составили общенаучные методы анализа и синтеза, системный подход, сравнительный и структурно-функциональный анализ, а также метод группировки данных и контент-анализ публикаций в области туризмологии. Данная работа носит концептуальный характер и базируется на вторичном анализе статистических данных, научных статей и отраслевых отчётов. Собственные эмпирические исследования (опросы туристов, интервью с представителями мемориалов, экспертные оценки) авторами не проводились, что указывает на направление дальнейших исследований – эмпирическую верификацию предлагаемой концепции на конкретных объектах мрачного туризма.

1. Понятие и масштабы явления.

Термин «темный туризм» (dark tourism) был введен в научный оборот в 2000 году профессорами Малколмом Фоули и Джонном

Ленноном из Шотландского университета в Глазго. Они определили его как феномен представления и потребления превращенных в товар мест смерти и катастроф [2]. Впоследствии исследователи уточняли и расширяли это определение: Филип Стоун предложил рассматривать мрачный туризм как спектр объектов – от мемориалов до «лагерей смерти», где степень «темности» варьируется в зависимости от контекста и временной дистанции [6]. В русскоязычном научном дискурсе также используются термины «танатотуризм», «черный туризм», «туризм трагедий». Анализ специальной литературы позволяет выделить различные подходы к определению данного понятия (таблица).

Мрачный туризм не является однородным. Ф. Стоун разработал концепцию «спектра темного туризма», где объекты классифицируются по степени «светлости/темности» в зависимости от политической ангажированности, целей создателей, временной удаленности и степени коммерциализации. К «светлым» относят мемориалы, созданные с образовательной и мемориальной целью (например, Мемориал 11 сентября в Нью-Йорке), к «темным» – места, где страдания и смерть стали центральным аттракционом (например, туры по трущобам или «дома убийств»). Такая дифференциация важна для понимания того, какие объекты могут быть этично вписаны в туристический оборот, а какие должны оставаться вне его.

2. Психология мрачного туриста: почему нас тянет к трагедиям?

Вопрос мотивации – ключевой для понимания феномена. Почему люди добровольно платят деньги за то, чтобы оказаться на месте ядерной катастрофы или в бывшем концлагере? Исследователи выделяют несколько основных причин, подтвержденных эмпирическими исследованиями и глубинными интервью с туристами.

Соприкосновение со смертью как способ усиления ощущения жизни. Встреча с местом катастрофы позволяет человеку острее воспринимать собственную жизнь, испытать эмоциональное возбуждение и умиротворение от осознания конечности бытия.

Психологи отмечают, что переживание «возвышенного ужаса» (sublime horror) в контролируемой обстановке выполняет катарсическую функцию. Посетители Чернобыля часто говорят, что зрелище покинутых городов заставляет их по новому ценить повседневность и хрупкость цивилизации.

Историческая эмпатия и память. Для многих туристов это способ отдать дань уважения жертвам и осмыслить исторические события. Посещение мемориалов позволяет прочувствовать масштаб трагедии и понять, «чтобы это никогда не повторилось». В опросах посетителей Освенцима более 70% респондентов называют главной целью визита «желание почтить память» и «личное соприкосновение с историей».

Преодоление экзистенциальных страхов. Доцент Университета Торонто Тонг Лам полагает, что визиты к местам трагедий помогают людям справляться с экзистенциальными страхами перед глобальными угрозами (войнами, изменением климата или ядерным уничтожением). В этом контексте мрачный туризм выступает как механизм рационализации и эмоциональной проработки потенциальных катастроф.

Экономика впечатлений и поиск аутентичности. Современный турист пресыщен стандартными экскурсиями и ищет «настоящий», непостановочный опыт. Мрачный туризм предлагает уникальный, аутентичный и острый эмоциональный опыт, который невозможно получить в традиционных турах. Маркетинговые исследования показывают, что молодое поколение особенно ценит «эффект погружения» в альтернативную реальность, что объясняет популярность экскурсий в зоны отчуждения.

Социальная идентификация и нарратив. Посещение «тёмных» мест может служить способом подтверждения собственной идентичности – например, как части национальной памяти (посещение Хатыни белорусами) или как проявления политической позиции (визит в сектор Газа). Таким образом, мрачный туризм становится не только личным, но и коллективным актом смыслообразования.

Таблица – Содержание понятия «мрачный туризм»

Автор / Источник	Содержание
Фоули М., Леннон Дж. (2000) [2]	Представление и потребление превращенных в товар мест смерти и катастроф.
Стоун Ф. (2006) [6]	Путешествия к местам, которые так или иначе связаны со смертью, страданиями и горем.
Хизер Льюис (2023) [4]	Сложный феномен, требующий этической рефлексии, поскольку нельзя стремиться к экономической выгоде, эксплуатируя страдания других.
Coherent Market Insights (2024) [1]	Рыночный сегмент индустрии туризма, включающий посещение мест исторических и современных трагедий с прогнозируемым оборотом свыше \$40 млрд к 2031 г.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1]; [2]; [4]; [6].

3. Классификация видов мрачного туризма.

Мрачный туризм многолик и охватывает широкий спектр объектов, различающихся по историческому контексту, степени вовлечённости посетителя и уровню коммерциализации. На основе анализа существующих типологий (Ф. Стоун, А.В. Иванов) можно выделить следующие категории:

- **Туризм катастроф** – посещение мест техногенных и природных катастроф (Чернобыль, Фукусима, Помпеи). Привлекательным фактором является эффект застывшего времени и масштаб разрушений.

- **Военный туризм** – поля сражений, зоны современных конфликтов, бункеры, оборонительные сооружения. Примеры: Мамаев курган, Дорога жизни в Ленинградской области, линия Мажино.

- **Кладбищенский туризм** – посещение знаменитых некрополей (Пер-Лашез в Париже, Новодевичье кладбище в Москве, кладбище Ла-Реколета в Буэнос-Айресе). Акцент делается на архитектуре надгробий, исторических персоналиях и особой эстетике.

- **Мистический и паранормальный туризм** – места, связанные с легендами о привидениях, нераскрытыми преступлениями, городские легенды. Например, замок Бран в Румынии (легенда о Дракуле), лондонские туры по местам Джека-Потрошителя.

- **Туризм «домов убийств» и мест преступлений** – наиболее спорный сегмент, где туристы готовы платить за ночевку в месте совершения жестокого преступления. Пример: дом Лиззи Борден в США, превращенный в отель с сохранением антуража конца XIX века.

Каждая из этих категорий предполагает различную степень этической допустимости и требует дифференцированного подхода к регулированию.

4. Экономические аспекты мрачного туризма.

Несмотря на этическую неоднозначность, мрачный туризм стал значимым драйвером экономики многих регионов. В зоне отчуждения Чернобыльской АЭС до пандемии COVID-19 ежегодно работало более десятка туроператоров, а доходы от туризма составляли несколько миллионов долларов в год. Эти средства частично направляются на поддержание инфраструктуры, выплату зарплат гидам и даже на программы рекультивации территорий. В Польше музей Аушвиц-Биркенау является одним из крупнейших работодателей в регионе, а поступления от продажи билетов, сувениров и пожертвований формируют бюджет сохранения мемориала.

Однако коммерциализация имеет и обратную сторону. Вокруг многих объектов возникает «теневая» экономика: нелегальные гиды, сувенирная продукция сомнительного содержания (например, футболки с надписью «I survived Chernobyl»), частные туры, не согласованные с мемориальными службами. Это приводит к конфликтам с местными сообществами, которые воспринимают наплыв туристов как вторжение в пространство скорби. Например, в Хиросиме жители неоднократно выражали недовольство поведением туристов, делающих селфи на фоне Мемориального парка Мира.

Таким образом, экономическая эффективность мрачного туризма должна быть сбалансирована с интересами сохранения истории

ческой достоверности и уважения к чувствам пострадавших.

5. Этические дилеммы мрачного туризма.

Центральной проблемой мрачного туризма является конфликт между правом на информацию и правом на скорбь. Выделим ключевые этические вызовы.

Коммерциализация смерти. Где грань между памятью и аттракционом? Продажа билетов, сувениров, организация платных экскурсий в места массовой гибели людей вызывают критику со стороны религиозных и общественных организаций. Однако без коммерческой составляющей многие мемориалы не смогли бы существовать и поддерживать должный уровень сохранности. Вопрос, следовательно, заключается не в отказе от платы, а в её прозрачности и целевом использовании.

Неуважительное поведение и фотографирование. Проблема неуместных фотографий стала настолько массовой, что администрации музеев вынуждены вводить специальные правила. В 2019 году музей Освенцима опубликовал официальное обращение к посетителям с просьбой «помнить, что вы находитесь на кладбище, где были убиты более миллиона человек». Тем не менее, в социальных сетях регулярно появляются снимки улыбающихся людей на фоне ворот с надписью «Arbeit macht frei», что вызывает волну общественного осуждения.

Вторжение в приватность и ревиктимизация. Посещение мест, связанных с недавними трагедиями (например, места терактов, крушений самолётов), без согласования с родственниками погибших может причинять дополнительную боль. Особенно остро эта проблема стоит в отношении «домов убийств», где трагедия произошла в стенах жилого здания, часто до сих пор находящегося в эксплуатации.

Искажение исторической правды. Упрощённая или романтизированная подача информации о трагедиях ведёт к формированию неверного восприятия событий. Например, экскурсии в Припять иногда преподносятся как «путешествие в советское прошлое», игнорируя факт того, что город был эвакуирован вследствие крупнейшей техногенной катастрофы.

Культурная апроприация скорби. Мрачный туризм часто критикуют за превраще-

ние чужой трагедии в развлечение для «золотой молодёжи» из благополучных стран. В этой связи встаёт вопрос о праве постороннего человека на интерпретацию и эмоциональное потребление чужой боли.

6. Приложение «Этичный исследователь» (Ethical Explorer) как инструмент ответственного туризма.

Учитывая растущий интерес и этические риски, назрела необходимость в инструменте, который поможет путешественникам ориентироваться в этом сложном ландшафте. Предлагается концепция мобильного приложения «Этичный исследователь» (Ethical Explorer), основанного на принципах просвещения, уважения и технологий дополненной реальности.

Основной функционал:

1. **Карта памяти с этическим рейтингом.** Объекты мрачного туризма разделяются на три категории:

о *Красные зоны (не беспокоить)* – места, не рекомендованные к посещению туристами (например, места недавних трагедий, где скорбят родственники, или частные территории).

о *Жёлтые зоны (требуется подготовка)* – объекты, посещение которых возможно при соблюдении строгого «кодекса поведения», включая запрет на громкие разговоры, фотографирование без разрешения и т.п.

о *Зелёные зоны (мемориалы)* – официальные мемориальные комплексы, работающие с памятью профессионально и оборудованные для приёма посетителей.

Рейтинг формируется на основе экспертной оценки историков, представителей местных сообществ и администраций объектов.

2. **Образовательный модуль «Прежде чем войти».** Перед посещением объекта пользователь обязан ознакомиться с краткой исторической справкой, реальными историями жертв, документальными свидетельствами. Модуль включает мини-тест на понимание контекста, без успешного прохождения которого доступ к «жёлтым» зонам ограничивается. Это переключает фокус с «декораций» на судьбы людей.

3. **Технология дополненной реальности (AR) «Окно в прошлое».** С помощью камеры смартфона пользователь видит реконструкцию исторических зданий, предметов быта, лиц людей, основанную на архивных

фотографиях и свидетельствах. Например, на месте руин в Припяти появляется виртуальная модель жилого дома таким, каким он был до аварии. Это позволяет создать эффект присутствия и прожить историю, а не просто смотреть на пустоту [3]. AR-контент создаётся в сотрудничестве с музеями и научными учреждениями, что гарантирует историческую достоверность.

4. Сообщество и верифицированные гиды. Приложение объединяет путешественников, разделяющих принципы этичного туризма, и предоставляет доступ к базе профессиональных гидов, прошедших сертификацию по программе «Этичный нарратив». Такие гиды обучаются корректной подаче материала без излишней сенсационности и с акцентом на гуманитарные аспекты.

5. Система обратной связи и мониторинга. Пользователи могут сообщать о случаях неуважительного поведения или о неточностях в информации на объектах. Данные аккумулируются и передаются администрациям мемориалов и туроператорам.

6.2. Сравнение с существующими аналогами.

На рынке уже представлены решения, использующие дополненную реальность в музеях и мемориалах. Например, AR-проекты в Музее Второй мировой войны в Гданьске (Польша) позволяют увидеть реконструкцию разрушенного города. В Чернобыльской зоне отдельные туроператоры предлагают AR-экскурсии с отображением довоенных зданий. Существуют также мобильные аудиогиды (например, «Izi.Travel»), содержащие этические рекомендации. Однако предложенное приложение отличается интеграцией этического рейтинга, обязательного образовательного теста и верификации гидов. Ни одно из существующих приложений не сочетает одновременно карту «красных/желтых/зеленых» зон с принудительным обучением перед визитом. Таким образом, «Этичный исследователь» заполняет нишу между развлекательными AR-турами и строгими мемориальными аудиогuidaми, делая этический компонент обязательным, а не факультативным.

6.3. Потенциальные риски и ограничения предлагаемой концепции.

Разработанная концепция, несмотря на свою привлекательность, сталкивается с рядом практических ограничений, которые не-

обходимо учитывать на этапе проектирования:

Нежелание туристов проходить образовательный тест. Часть посетителей может воспринимать обязательное тестирование как барьер, снижающий привлекательность посещения. Возможное решение – сделать тест коротким (3-5 вопросов) и интегрировать его в процесс бронирования билетов через партнёрство с туроператорами.

Проблема конфиденциальности данных геолокации. Функция определения местоположения для отображения этического рейтинга требует сбора геоданных. Это вызывает риски утечки информации и отслеживания перемещений пользователей. Реализация должна включать локальное хранение данных, отключение геолокации по умолчанию и анонимизацию сообщений в системе обратной связи.

Риск формализации этики. Превращение этических принципов в набор правил и баллов может привести к тому, что туристы будут соблюдать требования формально (например, просто пройти тест ради галочки), не испытывая подлинной эмпатии. Для минимизации этого риска необходимо сопровождать алгоритмы рефлексивными заданиями (предложить пользователю записать свои мысли после посещения) и включать в приложение истории конкретных людей, а не только абстрактные правила.

Вопрос монетизации и независимости от туроператоров. Для устойчивого развития приложения требуется бизнес-модель. Если приложение будет финансироваться туроператорами, это может подорвать его независимость и объективность этического рейтинга. Альтернативы: государственное финансирование (как часть программ сохранения исторической памяти), гранты, модель freemium (базовый функционал бесплатно, расширенные AR-реконструкции – за плату), добровольные пожертвования пользователей.

Юридическая сложность определения «красных зон». Критерии отнесения объекта к красной зоне могут оспариваться местными жителями или туроператорами. Необходимо создать многосторонний экспертный совет (историки, правозащитники, представители сообществ жертв) с публично доступными протоколами решений.

Признание этих ограничений не отменяет ценности концепции, но переводит её из об-

ласти утопических проектов в плоскость реалистичного проектирования с чёткими границами применимости.

6.4. Пример сценария использования.

Турист планирует посетить мемориальный комплекс «Хатынь». Приложение показывает зелёную зону, предлагает перед визитом пройти образовательный модуль, включающий архивные фотографии и видеопортреты с выжившими. На месте с помощью AR он может увидеть виртуальную реконструкцию сожжённой деревни, услышать колокольный звон с каждого «двора». После посещения пользователь получает напоминание о возможности сделать пожертвование на поддержание мемориала. Техническая реализация возможна на платформах iOS и Android. Наполнение контентом предполагает партнёрство с национальными архивами, музеями и университетами.

7. Перспективы развития и рекомендации.

Дальнейшее развитие мрачного туризма должно идти по пути интеграции цифровых решений в практику сохранения исторической памяти. Для туристической отрасли можно сформулировать следующие рекомендации:

- Разработка отраслевых этических кодексов для туроператоров, специализирующихся на мрачном туризме.
- Внедрение обязательных образовательных компонентов в экскурсионные программы.
- Создание механизмов общественного контроля за деятельностью частных гидов.
- Стимулирование научных исследований в области психологии и социологии мрачного туризма для более глубокого понимания его воздействия на личность и общество. В частности, необходимо проведение эмпирических исследований (опросы, интервью, экспериментальные методы) для верификации предлагаемых этических рейтингов и оценки эффективности образовательных тестов.

Особую роль в ближайшие годы будут играть технологии виртуальной и дополненной реальности, которые позволят «посетить» объекты, не нанося вреда мемориальному пространству и не нарушая покой мест захоронений. Виртуальные туры по Освенциму или Чернобылю, созданные с соблюдением всех этических норм, могут стать альтерна-

тивной для тех, кто движим исключительно любопытством, а не стремлением к глубокому переживанию истории.

Заключение. Проведённое исследование позволяет сделать вывод, что мрачный туризм – это зеркало сложного отношения общества к истории, смерти и памяти. Являясь полноценным сегментом мировой индустрии путешествий с многомиллиардным оборотом, он требует не запрета или игнорирования, а этического осмысления и регулирования. Систематизация мотивов показала, что интерес к трагическим местам может быть не только праздным любопытством, но и глубокой потребностью в эмпатии и осмыслении истории. Классификация видов мрачного туризма позволяет дифференцированно подходить к регулированию доступа к различным объектам. Экономический анализ подтвердил значимость этого сегмента для местных бюджетов, но также выявил риски неконтролируемой коммерциализации.

Предложенная концепция приложения «Этичный исследователь» с использованием технологий дополненной реальности и этического рейтинга может стать инструментом, помогающим путешественнику осуществлять осознанный выбор и выносить из поездки не поверхностные впечатления, а понимание исторического контекста и чувство сопричастности к памяти жертв. Вместе с тем в работе идентифицированы практические ограничения такой системы (неприятие тестирования пользователями, проблемы конфиденциальности, риск формализации этики, вопросы монетизации), что указывает на необходимость дальнейших исследований, включая эмпирическую проверку на пилотных объектах.

Поскольку данная статья носит концептуальный характер, авторы не проводили собственных опросов туристов или интервью с сотрудниками мемориалов. Это определяет направление будущих исследований: количественная и качественная оценка восприятия этических рейтингов разными группами стейкхолдеров (туристы, менеджеры мемориалов, родственники жертв) и разработка прототипа приложения для апробации на конкретных объектах (например, в мемориальном комплексе «Хатынь» или Чернобыльской зоне).

Дальнейшее развитие данного направления должно быть направлено на интеграцию

цифровых решений в практику сохранения исторической памяти при безусловном приоритете гуманистических ценностей над коммерческой выгодой.

Список использованных источников

1. Dark Tourism Market Size, Share, and Trends 2024-2031 // Coherent Market Insights. (дата обращения: 14.03.2026).
2. Foley, M. Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster / M. Foley, J. Lennon. – London : Continuum, 2000. – 184 p. (дата обращения: 14.03.2026).
3. Jung, T. Augmented Reality, Virtual Reality and Digital Tourism: Applications and Implications / T. Jung, M. C. tom Dieck. – Cham : Springer, 2018. – 220 p. (дата обращения: 14.03.2026).
4. Lewis, H. The Ethics of Dark Tourism [Electronic resource] / H. Lewis // Journal of Tourism and Cultural Change. – 2023. – Vol. 21, № 3. – P. 312–328 (дата обращения: 14.03.2026).
5. Республиканская научно-практическая конференция студентов и магистрантов // Белорусская государственная сельскохозяйственная академия : официальный сайт. – 2025. – URL: <https://baa.by/> (дата обращения: 14.03.2026).
6. Stone, P. R. A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions / P. R. Stone // Tourism: An Interdisciplinary International Journal. – 2006. – Vol. 54. – № 2. – P. 145–160 (дата обращения: 14.03.2026).
7. Sharpley, R. Tourism, Tourists and Society / R. Sharpley. – London : Routledge, 2018. – 384 p.
8. Иванов, А. В. Тёмный туризм: этические аспекты и перспективы развития / А. В. Иванов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Социология. – 2022. – Т. 22. – № 1. – С. 98–112.

References

1. Dark Tourism Market Size, Share, and Trends 2024-2031. Coherent Market Insights. (accessed: 03/14/2026). (In English)
2. Foley M., Lennon J. Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster. London: Continuum, 2000, 184 p. (accessed: 03/14/2026). (In English)
3. Jung T., tom Dieck M. C. Augmented Reality, Virtual Reality and Digital Tourism: Applications and Implications. Cham: Springer, 2018, 220 p. (accessed: 03/14/2026). (In English)
4. Lewis H. The Ethics of Dark Tourism. Journal of Tourism and Cultural Change. 2023. Vol. 21, no. 3, pp. 312–328. (accessed: 14.03.2026). (In English)
5. *Respublikanskaya nauchno-prakticheskaya konferenciya studentov i magistrantov* [Republican Scientific and Practical Conference of Students and Master's Students]. [Belarusian State Agricultural Academy: official website]. 2025. (In Russian). Available at: <https://baa.by/>. (accessed: 14.03.2026).
6. Stone P. R. A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions. Tourism: An Interdisciplinary International Journal. 2006. Vol. 54, no. 2, p. 145–160. (accessed: 14.03.2026). (In English)
7. Sharpley R. Tourism, Tourists and Society. London : Routledge, 2018, 384 p. (In English)
8. Ivanov A.V. Tyomny`j turizm: e`licheskie aspekty` i perspektivy` razvitiya [Dark Tourism: Ethical Aspects and Development Prospects]. *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya : Socziologiya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology]. 2022. Vol. 22, no. 1, pp. 98–112. (In Russian)

Received 9.04.2026