
References

1. **Bushell, R., Eagles, P.** Tourism & Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries. London, CAB International, 2007.
2. Rural Tourism and Recreation Principles to Practice / Ed. by L. Roberts, D. Hall. Edinburg: Scottish Agriculture College, 2001. 272 p.
3. **Shostka, V.I., Kukhta, E.P.** Turizm i sviazannye s nim segmenty industrii gostepriimstva [Tourism and related segments of the hospitality industry] / Mat. II-i Vseukrainskoi nauchno-prakt. konf. «Student i prepodavatel'». 1996. P. 136–141.
4. **Finogeev, B.L., Shostka, V.I.** Maloe predprinimatel'stvo. Iz proshlogo v nastoiashchee [Small businesses. From past to present]. Simferopol': Tavriia-Plius, 1999. 112 p.
5. **Shostka, V.I., Finogeev, B.L., Kukhta, E.P.** Maloe predprinimatel'stvo i ego vliianie na ekonomicheskoe razvitiie Kryma [Small businesses and their impact on the economic development of Crimea] // Kul'tura narodov Prichernomor'ia. 1999. №6. P. 492–496.
6. **Finogeev, B.L., Bulkina, N.M., Alieva, A.E., Shostka, V.I.** Razvitiie narodnykh promyslov i natsional'nogo masterstva kak faktor povysheniia effektivnosti rekreatsionnoi otrasli v Krymu [Development of handicrafts and national craftsmanship as a factor in increasing the efficiency of the recreational sector in Crimea] // Voprosy razvitiia Kryma. 2000. №14. P. 123–126.
7. **Finogeev, B.L., Shostka, V.I.** Vozrozhdeniie natsional'nykh remesel i masterstva kak faktor sodeistviia razvitiuu turizma [The revival of national crafts and craftsmanship as a factor in promoting tourism] // Geoekologicheskie i innovatsionnye aspekty razvitiia turizma v Krymu. Simferopol': SONAT, 2000. P. 71–74.
8. **Shostka, V.I.** Sel'skii, zelenyi i etnograficheskii turizm — sochetanie aktivnogo i zdorovogo otdykha s tishinoi i pokoem sel'skikh usadeb [Rural, green and ethnographic tourism is a combination of active and healthy holiday with peace and quiet of rural estates] // Zhemchuzhiny Kryma i Ukrainy. 2006. P. 114–117.
9. **Shostka, V.I., Shostka, O.V.** Sotsial'no-demograficheskaiia situatsiia i rol' natsional'no-kul'turnykh obshchestvennykh ob"edinenii v trudoispol'zovanii naseleniia Kryma [Socio-demographic situation and the role of national-cultural associations in the using of labor population of Crimea] // Mat. IV Mezhdunar. nauchno-prakt. konf. «Problemy harmonizatsii mezhnatsional'nykh otnoshenii v mnogonatsional'nom obshchestve». 2008. P. 207–220.
10. **Shostka, V.I.** Sel'skii turizm kak vid rekreatsionnoi deiatel'nosti [Rural tourism as a form of recreational activity]. Simferopol': IT «ARIAL», 2011. 302 p.

УДК 911.3(470.75)

DOI: 10.12737/7925

Троценко Александра Владиславовна

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара,

г. Днепропетровск, Украина

к.геогр.н., доцент, slimm_82@mail.ru

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ЛЕГЕНД КАК РЕСУРСНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА КРЫМА

Туристские легенды — важный туристско-рекреационный ресурс. В Крыму они давно и прочно используются в туристской практике, что позволяет рассматривать полуостров как образец для других регионов, где туристские легенды только вовлекаются в рекреационную отрасль. В этом ракурсе необходимы исследования самого туристского мифологического пространства Крыма для выявления возможных проблем и преград его положительного влияния на рекреационную отрасль полуострова. В статье изложена методика контент-анализа источников информации о легендах и преданиях Крыма, представлены его результаты. Контент-анализ, проведенный в статье, базируется на печатных (сборники легенд, туристские путеводители и буклеты) и интернет-ресурсах туристского назначения.

По результатам анализа печатных изданий, а также запросов в поисковых системах и анализа тематических групп в социальных сетях выявлено 138 объектов легендирования, которые тематически распределены по группам «Объекты природы» (70 объектов), «Антропогенные объекты» (31 объект), «Другое» (15) и «Легенды, не связанные с конкретным туристским объектом» — 29. Больше всего легенд связано с геологическими и геоморфологическими объектами — всего 40 объектов.

Контент-анализ позволил составить список ТОП–10 самых упоминаемых (популярных) туристских легенд. Установлено, что все они связаны с важнейшими и популярнейшими туристскими дестинациями Крыма. Однако, как и вся туристская отрасль Крыма, туристское мифологическое пространство формируется стихийно, что вызывает ряд проблем — ограниченность тематики и видов легенд, неупорядоченность фольклорных составляющих, отсутствие методов отбора и корректировки туристских легенд, географическая приуроченность абсолютного числа легенд к наиболее популярным и востребованным туристским районам, прежде всего к Южному берегу Крыма.

Ключевые слова: туристская легенда, мифологическое туристское пространство, туристская индустрия, фольклор, контент-анализ

Туристское пространство Крыма в достаточной степени мифологизировано, легенды и предания уже давно прочно закрепились в схеме туристско-рекреационных ресурсов региона. Многие известные дестинации имеют свои довольно популярные легенды, которые подчас выступают визитной карточкой того или иного объекта. То есть, крымские туристские легенды играют аттрактивную функцию, побуждая туристов посещать конкретные туристские объекты, тогда как в регионах, где мифологическое пространство только вовлекается в рекреационно-экскурсионную сферу, туристские легенды скорее дополняют информацию об объекте.

Проблемы изучения мифологического пространства Крыма сегодня актуальны. Это связано с развитием туристской отрасли в регионе, объемом и разнообразием всего фольклора, который интегрируется в туристское пространство, неоднозначностью его трактовки и отсутствия целенаправленных исследований всего мифологического туристского пространства полуострова.

Данная тема с теоретической и практической точек зрения рассмотрена в ряде публикаций [1–8]. На сегодня создано немало сборников легенд и преданий Крыма, предназначенных для использования в туристской отрасли. Ни один путеводитель сегодня не обходится без преданий и легенд, многие тематические маршруты посвящены «фольклорной» тематике по-

луострова. Легенды Крыма сегодня сами по себе становятся своеобразным брендом.

Однако туристская индустрия Крыма, богатого туристско-рекреационными ресурсами, характеризуется преимущественно стихийным развитием. Также стихийно формируется и мифологическое туристское пространство, охватывая наиболее доступные формы использования известных легенд и преданий: издание и переиздание собраний фольклора, вовлечение в экскурсионную сферу, использование в названиях туристских маршрутов, предприятий туристского сервиса, торговых марок и т. д.

Таким образом, в плане маркетинговых исследований туристских легенд как информационных (нематериальных) туристских ресурсов, Крым является своеобразным показательным полигоном, на котором можно наглядно увидеть весь процесс «легендирования» объектов и вовлечения мифологического пространства в туристскую сферу со всеми проблемами стихийного формирования туристского мифологического пространства.

Уникальная история и природа региона обусловили разнообразие и богатство мифологического пространства. Историческая сменяемость народов неоднократно приводила к тому, что странные, непонятные новым жителям названия, доставшиеся от ранее господствовавших на данной территории этносов, объяснялись по своему, рождая удивительные

легенды и предания. Немало процессу легендирования способствовала и уникальная природа края с необычными для человеческого глаза объектами: каменными «изваяниями», «поющими» скалами, пещерами, «ваннами любви», «коварными» водопадами, обманчиво безопасными летом и полноводными весной и т. д.

Трудно найти более разнообразное и разнородное мифологическое пространство, чем в Крыму: здесь и этнические (греческие, тюркские, крымско-татарские, караимские, русские и др.) легенды, и современные поверья и предания, и профессиональный туристский фольклор. Все это в достаточной степени востребовано в туристско-экскурсионной отрасли. Однако все ли разнообразие крымских легенд сегодня используется в туризме? Какие легенды составляют «визитную карточку» полуострова? Какие «легендарные» объекты наиболее популярны у жителей и гостей Крыма? Насколько и как легенды (в т. ч. туристские) освещены в печатных и интернет-ресурсах, а также блогах и сообществах туристской направленности? Для ответа на поставленные вопросы необходим алгоритм решения задач, исходной точкой которого является контент-анализ источников информации туристского назначения о Крыме.

В выборку анализируемых источников информации, которые, на наш взгляд, в относительно полной мере репрезентируют туристский интерес и востребованность туристских аттракций, попали: печатные туристские путеводители и буклеты; сборники легенд (туристской направленности); интернет-ресурсы (сайты, отобранные путем прямого поиска по заданным ключевым словам); социальные сети (анализ контента тематических сообществ).

Анализ печатных изданий осуществлялся традиционным способом, который учитывал встречаемость и полноту раскрытия легенд, связанных с туристскими объектами Крыма. В этой связи стоит отметить изобилие мифов, легенд, преданий и сказок в туристских путеводителях, что подчеркивает важность и мотивационную значимость этого вида туристских ресурсов по-

луострова. Также важной деталью является разнообразие (как хронологическое, так и функционально-тематическое) сборников легенд Крыма: кроме переизданий традиционных собраний мифов и легенд, нами проанализированы издания «30 легенд Крыма», «Легенды и сказки Крыма для детей», а также легенды отдельных туристских районов и населенных пунктов.

Анализ интернет-контента осуществлялся с помощью поисковых систем «Google» «Yandex» и «Mail.ru», также в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Фейсбук» по ключевым словам «Легенды Крыма», «Туристские легенды Крыма», «Мифы и легенды Крыма», «Предания Крыма». Количественные результаты анализа представлены в табл. 1.

Наиболее эффективной оказалась поисковая система «Google», которая показала максимум релевантных результатов по запросам.

Большая часть сайтов, попавших в первую десятку результатов, представляют собой электронные путеводители по Крыму, а также интернет-порталы туристских компаний. Вторая значимая по количеству группа результатов — это электронные библиотеки и хранилища, предлагающие скачать сборники легенд полуострова. Значительную часть результатов от всех запросов, не вошедших в релевантные результаты, составили туристские предложения и маршруты по «легендам» Крыма.

По результатам анализа печатных изданий, а также запросов в поисковых системах и анализа тематических групп в социальных сетях было выявлено 138 легенд, индекс повторяемости которых составил 2 и более. При подсчете учитывался прежде всего сам объект, с которым связаны легенды, а также количество упоминаний в источниках информации (частота публикаций легенд, связанных с объектом). Нужно отметить, что в большинстве источников количество объектов соответствует количеству легенд, связанных с ними. То есть на один объект дается одна и та же легенда (преимущественно с сохранением ее названия).

Большую группу составили не связанные с конкретным туристским объектом «легенды» (на самом деле — сказки, притчи, предания). Наличие такой группы говорит об отсутствии какой-либо стратегии формирования туристского пространства, и свидетельствует о механической ретрансляции ограниченного круга фольклорных элементов, отобранных совсем с другой целью (популяризации этнической нематериальной культуры народов Крыма) в сборники преданий и легенд.

В группу «другое» объединены немногочисленные легенды, связанные с историческими личностями (1), военными кораблями (5), историческими событиями (7), современными памятниками (2).

Таким образом, наиболее многочисленную группу объектов, с которыми связаны туристские легенды, составляют геоморфологические объекты — формы рельефа (мысы, горы, скалы, камни, пещеры и др.), как правило, расположенные неподалеку от крупных туристских центров.

Города, крепости, башни, пещерные города, с которыми связаны популярные легенды, составили 23 объекта, а гидрографические — всего 15.

Географически большая часть объектов, с которыми связаны известные легенды, расположены в пределах Западного побережья, Южного берега Крыма и Керченского полуострова. Северный Крым упоминается в связи с одной легендой — о Перекопском перешейке. Центральный Крым, по результатам контент-анализа, остается «terra incognita» в плане «обеспеченности» туристскими легендами.

На основе контент-анализа и упоминаемости легенд мы составили ТОП–10 самых популярных легенд Крыма (рис. 1).

Все десять легенд отвечают признакам туристических, 7 из 10 объектов — это геологические и геоморфологические образования, что также отвечает выявленной в процессе контент-анализа закономерности превалирования туристских объектов данного типа.

Таблица 1

Матрица результатов контент-анализа поисковых запросов в интернет-поисковиках относительно проблематики туристских легенд Крыма

Поисковый запрос (ключевое слово)	Google		Mail.ru		Yandex	
	Общее кол-во результатов, ед.	Из них релевантных, ед.	Общее кол-во результатов, ед.	Из них релевантных, ед.	Общее кол-во результатов, ед.	Из них релевантных, ед.
Легенды Крыма	477 000	140	285	10	2 000 000	60
Туристские легенды Крыма	1 630 000	20	1020	25	2 000 000	15
Мифы и легенды Крыма	32 700	58	967	12	1 000 000	36
Предания Крыма	501 000	20	1005	10	852 000	12
Crimean legends	436 000	62	358	13	4 000 000	15

Таблица 2

Классификация и количественное соотношение легендированных объектов Крыма

Тематическая группа	Количество объектов, ед.	Тематическая группа	Количество объектов, ед.
Объекты природы		Антропогенные объекты	
Горы, скалы, камни, мысы, пляжи, пещеры	40	Города, прочие населенные пункты и их части	10
Источники, озера, реки	20	Крепости, башни, монастыри, пещерные города	13
Объекты живой природы (растения, животные)	10	Могилы, захоронения, сокровища и клады	8
Другое	15	Легенды, не связанные с конкретным туристским объектом	22
Всего: 138			

1	• Легенда о Медведь-горе (Аю-Даг, Партенит)
2	• О скалах Дива, Монах и Кошка (Симеиз)
3	• Скалы-близнецы (Адалары) у Гурзуфа
4	• Фонтан слез Бахчисарайского дворца (Бахчисарай)
5	• Как возникла Ялта
6	• Кара-Даг – Черная Гора
7	• О Девичьей башне (Судак)
8	• Камни Мать и Дочь в долине Качи (Бахчисарай)
9	• О Золотом пляже (Феодосия)
10	• Кузнец с горы Демерджи (Алушта)

Рис. 1. ТОП–10 легенд Крыма по упоминаемости в интернет-контенте и печатных источниках

Как видно, тройка лидеров — это туристские объекты, расположенные в пределах самого популярного крымского туристского района — Большой Ялты. Другие легенды, попавшие в десятку, также находятся в зонах влияния крупных туристских центров. Отсюда следует, что не легенды определяют туристскую популярность места, а наоборот — значимость объекта или близлежащего туристского центра определяет упоминаемость и популярность легенды.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Основная выявленная проблема — это абсолютное превалирование в мифологическом туристском пространстве Крыма этнического фольклора. Среди всех выявленных в результате контент-анализа легенд большинство — этнические, и только 9 легенд — это современные (в т. ч. городские) легенды. Большинство путеводителей и тематических групп просто ретранслируют содержание сборников легенд, выдержавших множество переизданий еще в советское время. Во многих источниках легенды прямо взяты из ранее изданных сборников легенд, поэтому одни и те же легенды повторяются, вплоть до сюжетного и литературного оформления. При этом в большинстве случаев мы видим традиционные сказки, поверья, мифы, которые

не соответствуют основным признакам туристских легенд — прежде всего признаку географической привязки к конкретному туристскому объекту, наличию «туристской» цели и туристско-экскурсионной ценности.

Все это говорит о том, что сегодня мифологическое пространство Крыма вовлекается в туристскую сферу стихийно, хаотично, фактически полностью отсутствует отбор именно туристских легенд, при этом и далее широко популяризируются уже давно привычные и широко известные легенды и предания, тогда как менее известные остаются не востребованными. Современным легендам в туристском пространстве Крыма практически не уделяется внимание, да и само мифологическое пространство фигурирует преимущественно в экскурсионной сфере.

Отсутствие в интернет-контенте современных, городских легенд, преданий, с одной стороны, — очень характерное явление, свидетельствующее о том, что фольклорное пространство Крыма не известно широкому кругу потенциальных туристов, однако не говорит о том, что оно используется не в полной мере в туристской отрасли полуострова. Ведь на конкретных экскурсиях, в определенных тематических маршрутах, а также телепередачах на местных каналах освещаются неизвестные «легендарные» места. Это, в свою очередь, открывает широкие перспективы для дальнейших маркетинговых стратегий развития туризма как отдельных районов Крыма, так и всего полуострова в целом.

Вовлечение в туристскую отрасль легенд Центрального и Северного Крыма, использование их в качестве туристского ресурса позволило бы обратить внимание на эти районы как потенциальных инвесторов, так и туристов, ведь природные, исторические и экономические условия здесь способствуют развитию этнического, историко-культурного, сельского зеленого, экологического и многих других видов туризма.

Список источников:

1. **Афанасьев О.Е., Троценко А.В.** Категория «легенда» в региональном топонимическом пространстве (на примере Днепропетровской области, Украина) // Псковский регионологический журнал. 2014. №17. С. 67–77.

2. **Афанасьев О.Е., Троценко А.В.** Функциональное значение и место туристских легенд в формировании привлекательных свойств дестинаций // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. Т. 9. №1. 2015.
3. **Джанджугазова Е.А.** Туристско-рекреационное проектирование. М.: Изд. центр «Академия», 2014. 272 с.
4. **Жердева А.М.** О некоторых проблемах издания и изучения крымских легенд // Культура народов Причерноморья. 2005. №66. С. 182–184.
5. **Лосев А.Ф.** Диалектика мифа. М.: Мысль, 2001. 558 с.
6. **Усейнова В.Э.** Символика гор в крымских сказках и легендах // Культура народов Причерноморья. 1998. С. 258-260.
7. **Фадеева Т.Н.** Сакральная география Крыма. Симферополь. Бизнес-Информ. 2011. 224 с.
8. **Холловой Дж.К., Тейлор Н.** Туристический бизнес. К.: Знання, 2007. 798 с.

Aleksandra Trotcenko

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipropetrovsk, Ukraine

PhD (Candidate of Science) in Geography, Associate Professor, slimm_82@mail.ru

CONTENT ANALYSIS OF LEGENDS AS A RESOURCE COMPONENT OF THE CRIMEAN TOURIST SPACE

Tourist legends are an important tourist and recreational resource. In Crimea, they have been used for a long time in tourist practice, and that allows to consider the peninsula as a model for other regions where tourism legends involved in the recreational sector. In this perspective, there is an need for researching tourist mythological space Crimea, to identify possible problems and obstacles of its positive impact on the recreational sector of the peninsula. The article provides the content-analysis of sources of information about the Crimean legends and the results. Content analysis carried out in this article is based on printed (collections of legends, tourist guides and booklets) and Internet resources on tourist destinations. Based on the analysis of publications, requests to search systems and analysis of thematic groups in social networks were found 138 legend objects thematically distributed by groups "Objects of nature" (70), "Anthropogenic objects" (31), "Other" (15) and "Legends not associated with a specific tourist object" — 29. Most of the legends are associated with geological and geomorphologic objects — a total of 40 objects. According to the results of the content analysis made up the top 10 most mentioned (popular) legends. Revealed that they all are connected to the most important and popular tourist destinations in the Crimea.

However, in the whole Crimean tourism industry the tourist mythological space formed spontaneously, causing a number of problems — the limitations of the themes and types of legends, folklore disorder, lack of selection and adjustment of tourist legends, geographical belonging to the most popular and sought-after tourist areas, especially to the South Coast of Crimea.

Keywords: *tourist legend, tourist mythological space, tourist industry, folklore, content analysis*

References

1. **Afanasev, O.E., Trotsenko, A.V.** Kategoriiia «legenda» v regional'nom toponimicheskom prostranstve (na primere Dnepropetrovskoi oblasti, Ukraina) [The category of "legend" in the regional toponymic space (based on the example of Dnepropetrovsk region, Ukraine)] // Pskovskii regionologicheskii zhurnal. 2014. №17. P. 67–77.
2. **Afanasev, O.E., Trotsenko, A.V.** Funktsional'noe znachenie i mesto turistskikh legend v formirovanii privlekatel'nykh svoistv destinatsii [The functional significance and place of tourist legends in the formation of attractive properties of destinations] // Vestnik assotsiatsii vuzov turizma i servisa [Universities for Tourism and Service Association Bulletin]. Т. 9. №1. 2015.
3. **Dzhandzhugazova, E.A.** Turistsko-rekreatsionnoe proektirovanie [Tourist and recreational design]. М.: Izd. tsentr «Akademiiia», 2014. 272 p.
4. **Zherdeva, A.M.** O nekotorykh problemakh izdaniia i izucheniia krymskikh legend [On some problems of publication and study of the Crimean legends] // Kul'tura narodov Prichernomor'ia. 2005. №66. P. 182–184.
5. **Losev, A.F.** Dialektika mifa [Dialectics of Myth]. М.: Mysl', 2001. 558 p.

6. **Useinova, V.E.** Simvolika gor v krymskikh skazkakh i legendakh [The symbolism of the Crimean Mountains in fairy tales and legends] // Kul'tura narodov Prichernomor'ia. 1998. P. 258–260.
7. **Fadeeva, T.N.** Sakral'naia geografiia Kryma [Sacred geography of the Crimea]. Simferopol'. Biznes-Inform. 2011. 224 p.
8. **Khollovei, Dzh.K., Teilor, N.** Turisticheskii biznes [Tourism business]. K.: Znannia, 2007. 798 p.

УДК 379.8

DOI: 10.12737/7926

**Щербакова Светлана Александровна¹,
Купченко Константин Владимирович²**

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Смоленский филиал,
г. Смоленск, Российская Федерация*

¹ к.геогр.н., доцент, sollos@mail.ru; ² к.и.н, konstan1977@yandex.ru

ОБОСНОВАНИЕ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА «СМОЛЯНЕ В СУДЬБЕ И ИСТОРИИ КРЫМА»*

История и перспективы развития Крыма как региона России в последнее время вызывает повышенный интерес. В новейший период развития Крыма для различных секторов экономики региона открываются новые возможности. Для туристской индустрии региона наступил переходный период. Обладая разнообразным и уникальным природным и историко-культурным потенциалом для развития туризма, Крым как дестинация готов к новому пути развития туризма, поэтому на современном этапе весьма актуальным станет разработка новых уникальных туристских продуктов для усиления въездного туристского потока в регион. В связи с этим в статье дается краткий ретроспективный обзор туристских прибытий в Крым, а также анализируется современное состояние туризма на полуострове и перспективы его развития в сфере туризма, рассматриваются основные аспекты Программы развития туризма в Крыму и выявляются новые виды туризма.

Особое внимание в статье уделяется научно-познавательному обоснованию авторского туристско-экскурсионного маршрута «Смоляне в судьбе и истории Крыма», который отражает жизнь и деятельность уроженцев Смоленского региона в истории Крыма. Приводятся краткие биографические справки о судьбе в Крыму известных смолян Г.А. Потемкина, П.С. Нахимова, Я.Г. Есиповича, М.Н. Ефимова, а также указываются основные объекты показа авторского маршрута, связанные с деятельностью знаменитых смолян в Крыму: мемориальные доски, памятники, бюсты, юбилейные медали и даже малая планета №2754.

Маршрут «Смоляне в судьбе и истории Крыма» ориентирован на развитие въездного и внутреннего туризма, а также на воспитание чувств патриотизма. Маршрут в исторической ретроспективе открывает интересные факты об известных исторических личностях. В статье также выявляются возможные перспективы продвижения предложенного нового туристского продукта на современном этапе развития туризма в Крыму.

Ключевые слова: туризм в Крыму, туристско-экскурсионный маршрут, Смоленская губерния

Современное состояние туризма в Крыму весьма неоднозначно. В настоящее время разработана Программа развития туристского сектора Крыма до 2017 года, которая предполагает рост числа туристов до 5,1 млн человек. Согласно Програм-

ме, доходы гостиниц, санаториев, пансионатов и детских лагерей Крыма должны вырасти до 31,8 млрд руб. в 2017 г. [15]. Программа предполагает также увеличение налоговых отчислений от туристского сектора региона с 1,2 млрд руб. в 2014 г.

* Работа выполнена в рамках Целевого конкурса проектов междисциплинарных исследований РГНФ 2015 г. «Крым в истории, культуре и экономике России». Название проекта: «Уроженцы Смоленского региона в истории и судьбе Крыма».