

ОЛЕСЯ АНАТОЛЬЕВНА СУЛЕЙМАНОВА

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник
Центр гуманитарных проблем Баренц региона – филиал
Федерального государственного бюджетного учреждения
науки Федеральный исследовательский центр «Кольский
научный центр Российской академии наук»
(Апатиты, Российская Федерация)
ORCID 0000-0001-5109-958X; sul-olesya@yandex.ru

КОЛЬСКИЕ СААМЫ И ЭТНОТУРИЗМ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

А н н о т а ц и я . Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время остро стоит проблема сохранения традиционной культуры коренных малочисленных народов Севера. Этнотуризм представляется перспективной формой возрождения и популяризации культурного наследия коренных народов. Культура кольских саамов в контексте развития этнотуризма в Мурманской области становится символическим брендом региона и инструментом продвижения туристических услуг. Исследование показало, что представители коренного населения занимают неоднозначную позицию по вопросу использования их этнической символики в различных региональных этнопроектах. С одной стороны, существует понимание потенциальных выгод от повышенного внимания к их уникальной культуре: популяризация культуры и создание дополнительных рабочих мест для саамских семей и общин. С другой стороны, представители саамского народа выражают опасения относительно возможных негативных последствий. В частности, речь идет об упрощении и искажении элементов их этнической культуры в процессе коммерциализации. Саамские общественные организации и активисты отстаивают право на участие в развитии регионального этнотуризма и выступают против некорректного использования этнической символики. В последние годы в Мурманской области организуются различные мероприятия, на которых обсуждаются стратегии взаимодействия коренного населения с представителями туристического сообщества с целью создания качественных туристических продуктов.

К л ю ч е в ы е с л о в а : кольские саамы, этнотуризм, Мурманская область, репрезентация этничности, этнобренды, этнические сувениры, этнокультурное наследие

Б л а г о д а р н о с т и . Статья выполнена при поддержке федерального бюджета по теме государственного задания Центра гуманитарных проблем Баренц региона Кольского научного центра Российской академии наук № FMEZ-2024-0002 «Динамика социокультурного облика Кольского Севера в контекстах истории освоения арктического фронта России».

Д л я ц и т и р о в а н и я : Сулейманова О. А. Кольские саамы и этнотуризм: тенденции и проблемы // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2025. Т. 47, № 8. С. 115–123. DOI: 10.15393/uchz.art.2025.1257

ВВЕДЕНИЕ

Развитие туристического потенциала арктических регионов стало сегодня одним из приоритетных направлений российской экономики. Мурманская область занимает лидирующие позиции в Арктической зоне Российской Федерации по объему туристического потока. В 2024 году был зафиксирован рекордный показатель – 761,1 тысячи туристов, из которых 61,5 тысячи – иностранные туристы¹. В регионе активно развиваются различные виды туризма, включая этнотуризм, который рассматривается как перспективное направление для продвижения

комплексного бренда «Арктический туризм» [7]. Этнотуризм предполагает не только обращение к этнографическим объектам, но и погружение в «живую» культуру: народные традиции, фольклор, обряды и ритуалы, национальную кухню, традиционные ремесла и др.

В Мурманской области приоритетный интерес с точки зрения этнокультурного направления региональной туристической деятельности представляет культурное наследие коренного населения (кольских саамов). Согласно данным Всероссийской переписи населения, на 1 октября 2021 года в регионе проживало 1363 представителя народа саами, что составило всего 0,2 %

от общего числа лиц, указавших свою национальность².

Цель данного исследования – проанализировать региональные формы и практики актуализации этнокультурного наследия кольских саамов в туристической деятельности Мурманской области. В работе использованы материалы полевых (экспертные интервью с представителями саамского народа)³ и киберполевых (проанализирован контент саамских виртуальных сообществ в социальных сетях)⁴ исследований. Исследовательский интерес представляет ряд вопросов: способствует ли развитие регионального этнотуризма сохранению и развитию этнокультурных традиций кольских саамов?; как относятся представители народа саами к региональным практикам репрезентации их этнической культуры в качестве инструмента брендинга территории? Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время остро стоит проблема сохранения традиционной культуры коренных малочисленных народов Севера. Этнотуризм представляется одной из форм актуализации этнокультурного наследия коренных народов.

ЭТНОТУРИЗМ В МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ

В настоящее время в Мурманской области проводятся различные мероприятия и форумы с целью разработки эффективных стратегий развития этнотуризма. В регионе развивается туристическая инфраструктура и организуются различные этнотуры и эколого-этнотуры. Основными центрами этнотуризма становятся: с. Ловозеро (здесь функционирует «Музей истории, культуры и быта кольских саамов», национальный культурный центр, проводятся летние и зимние саамские игры); пос. Умба (старинное поморское поселение); аутентичная музейная поморская рыбацкая тоня Тетрино на берегу Белого моря; с. Лопарское (саамская родовая община; проводятся осенние саамские игры); пос. Тулома (этнографический саамский комплекс); пос. Молочный (организована небольшая экспозиция саамского быта под открытым небом); г. Ковдор («столица Гипербореи») и озеро Сейдозеро (считается священным местом саамов).

В 2023 году Комитет по туризму Мурманской области принял решение развивать этнографическое направление и запустил ряд проектов, основанных на этнокультурном потенциале саамов: масштабный проект Национального тур-

оператора «АЛЕАН» под названием «Экспедиции к лучшим традициям» – туристам предлагается погрузиться в культуру коренных жителей края; гастрономический брендовый тур «Вкус Арктики» – возможность попробовать традиционные саамские блюда на основе оленины, рыбы и лесных ягод.

На территории Мурманской области функционируют различные этнические деревни и этнопарки (саамская деревня «Самь Сыйт», «Олений двор», этнопарк «Этническая деревня»), историко-краеведческие музеи, организуются культурно-массовые мероприятия (выставки, ярмарки, мастер-классы и т. п.). Основными культурными мероприятиями являются: Международный день саамов, фестиваль саамской музыки и культуры, фестиваль детских и молодежных театрализованных постановок на саамском языке «Моайнас ланнь» («Сказочный город»), День саамского слова, День коренных народов мира, районный Праздник Севера и День оленевода в с. Ловозеро, традиционные зимние, летние и осенние саамские игры, международная выставка-ярмарка достижений в сфере культуры и традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера «Сокровища саамской земли» и др.

В рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и стратегического плана «На Севере – жить!» субъектам туристической индустрии оказывается государственная поддержка в виде различных субсидий и грантов. В 2025 году саамские мастера получили гранты на создание сувенирной продукции и проведение мастер-классов, а саамские общины – субсидии на общую сумму более 10 млн рублей для улучшения материально-технической базы⁵. Финансирование саамских этнопроектов способствует актуализации и возрождению традиционных промыслов и ремесел, популяризации саамской культуры путем наполнения регионального рынка сувенирной продукцией. С целью вовлечения коренных жителей в этнотуризм региона их представители включены в состав комиссии по аттестации экскурсоводов (гидов) в Мурманской области.

В регионе также реализуются различные цифровые проекты по актуализации культурного наследия кольских саамов: виртуальные экскурсии, компьютерные игры и мобильные приложения для изучения саамского языка. В 2021 году П. К. Харибина (саамская активистка, занимающаяся вопросами сохранения и популяризации саамской культуры и языка, представитель родовой общины «Лопарская») при финансовой

поддержке Министерства внутренней политики Мурманской области в рамках реализации проекта «Родной язык – душа народа» разработано мобильное приложение (онлайн-переводчик саамского языка) и компьютерную игру для изучения саамского языка – «Самь килл» (Sami language)⁶. Функционал онлайн-переводчика позволяет не только находить нужные слова, но и задавать поиск по частям речи и топонимам. Компьютерная игра знакомит пользователей с алфавитом и звучанием саамского языка, основами грамматики. Впоследствии в мессенджерах WhatsApp и Telegram стал доступен набор стикеров на саамскую тематику.

Реализуемые этнопроекты являются важной социокультурной составляющей имиджевого продвижения Мурманской области [2], [6], [7], [15]. Региональное брендинг, основанное на этнокультурной специфике, создает конкурентное преимущество, способствующее социально-экономическому развитию территории и привлечению туристов и инвесторов. Вместе с тем конструирование культурных образов в процессе брендинга территории приводит к переформатированию этнической культуры саамов, изменению функциональности ее отдельных элементов и появлению новых этнокультурных форм [4: 176].

ПРОБЛЕМА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ И СОХРАНЕНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КОЛЬСКИХ СААМОВ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЭТНОТУРИЗМА

На фоне развития туристической и этнопроектной деятельности Мурманской области культура кольских саамов становится узнаваемым региональным брендом. Как правило, в презентациях саамской культуры акцент делается на таких элементах этнической культуры, как традиционные виды жилищ, национальный костюм, оленеводство, сейды и др. Среди негативных последствий популяризации «саамского бренда» и одной из этнических проблем саамского сообщества – коммерциализация и «фейковизация» их культуры. С одной стороны, использование элементов саамской культуры в рекламе и продвижении туристических продуктов позволяет привлечь внимание к уникальности региона [2], [3], [4]. С другой стороны, культура кольских саамов приобретает высокую символическую и экономическую ценность, что способствует распространению «псевдосаамских» символов [4], [5], [13], [14]. Культура саамов превращается в маркетинговый инструмент

и презентуется в упрощенной форме, что несет в себе риски искажения подлинного культурного наследия. В настоящее время рассмотрение вопросов, связанных с искажением историко-культурного наследия и превращением культурного продукта в товар в индустрии туризма, приобретает все большую актуальность [1], [8], [9], [10], [16]. Объект туризма признается аутентичным на основании экспертной оценки его подлинности. Однако у потребителей туристических услуг могут быть различные представления и требования к аутентичности туристического продукта [11: 110].

Саамы выражают недовольство как форматом представления их культуры различными компаниями и предпринимателями, так и тем, что коммерциализация их культуры не приносит им финансовой выгоды. По их словам, компании, эксплуатирующие «саамский бренд», часто не учитывают особенности саамской культуры, штампуют стереотипы и тем самым девальвируют ее. Так, например, приспособление этнических сувениров под запросы туристического рынка влечет за собой трансформацию традиций и искажение образов этнической культуры [12], [13]. Тиражирование и воспроизведение фэйковых культурных форм являются следствием дефицита этнокультурных данных о видах, функциях, стандартах и технологиях производства различных предметов саамской материальной культуры [3: 55]. В последние годы участились случаи «эксплуатации» культуры саамов при создании разнообразных товаров и продукции: например, «саамское пиво», креветки «Саами», орехи «Лопарешки», пирожные «Лопарочка» и др.

Интернет-технологии становятся важным и зачастую незаменимым инструментом для сохранения и развития собственной идентичности, возможностью самопроявления и даже составляющей этнокультурного наследия. Одним из инструментов против фэйковых репрезентаций этнической культуры стали интернет-публикации саамских активистов в социальных сетях с хэштегами #осторожнофуфло, #bewareoffake, #осторожноподделка, #stopsamyfakes, #берегисаамское и #nosaamifakes (далее – #осторожнофуфло). Их целью является борьба с ложными представлениями о саамской культуре и привлечение общественного внимания к проблеме профанации:

«Пока саамы старательно сутками выделывают шкуру, оленью кость или вышивают – ловкие мошенники лепят кучами “снегуркины жупаны” из синтетики и пластмассы – и получают прибыль на обмане. Приду-

мывают свои байки – вместо сакральных мудрых мифов, стучат в псевдосаамские “барабаны”, подучивают “кормить истуканов деньгами” и втюхивают туристам прочую ахинею и “развесистую клюкву” о древнем народе. Если не останавливать подобные случаи надругательств и искажений, они могут размыть окончательно хрупкие осколки саамской культуры» (КПМА⁷).

Анализ контента, опубликованного в социальных сетях, позволил выявить ключевые проблемы, обсуждаемые вокруг репрезентации этнической культуры кольских саамов в контексте развития регионального этнотуризма. По тематике их можно условно разделить на следующие категории: «фейковые этнические деревни и этнопарки», «поддельные этнические сувениры и товары с этнической символикой», «неаутентичные элементы традиционной одежды (национального костюма)», «псевдотрадиционные обряды и верования», а также «псевдотрадиционная пища».

Этнокомплексы (этнические деревни и этнопарки), расположенные на территории Мурманской области, неоднократно подвергались критике со стороны саамской общественности. Среди основных недостатков данных туристических объектов отмечаются следующие: слабая информационная база (относительно этнографических данных о саамском народе), непрофессионализм гидов, чрезмерная театрализация культуры, которая лишает ее аутентичности и искажает представление о традиционном образе жизни саамов. Фрагменты из постов и комментариев про «фейковые этнические деревни» в рамках акции «#осторожнофуфло»:

«Совершенно НЕИМЕЕТ НИКАКОГО ОТНОШЕНИЕ К СААМАМ ЭТО ТАК НАЗЫВАЕМАЯ ДЕРЕВНЯ!!!!!!)» ВСЁ ДЛЯ НАИВНЫХ ТУРИСТОВ КОТОРЫЕ ВЕДУТСЯ И БОШЛЯЮТ БАБКИ)»;

«Дурной пример “Саамской деревни” заразителен. Вот так одним росчерком пера меняется культура народа саами»;

«Псевдосаамские деревни множатся как грибы после дождя. Больше идолов и истуканов, больше фальши и фейков. И не останется от народа саами ничего»;

«Представляем базу отдыха Огни Имандры. Предприниматели создали фейк саамской культуры. Искатели культуру саами и привлекают этим продуктом туристов. Мотивируют, что это этническая деревня. Но какого этноса не могут сказать. В скриншотах ответы на вопросы. В них называют лопырями. Явно видно из ответов, что используют культуру народа, проживающего на Кольском полуострове и пропагандируют его культуру. Народ такой один на Кольском – саами» (КПМА⁸).

Национальная одежда является важной частью саамской культуры, так как она непосред-

ственно связана с восприятием идентичности народа. Кольские саамы настаивают на том, что традиционную одежду могут носить только представители их народа. Особое недовольство у саамского сообщества вызывают «неточности», стереотипизация и упрощения при изготовлении национальной одежды с элементами современной стилизации. Фрагменты из постов и комментариев в рамках акции «#осторожнофуфло» относительно фейковых элементов традиционной одежды и национального костюма:

«Они в самодельных костюмах, сшитых кое-как, исходя из собственных диких представлений о саамской одежде. Они даже не удосужились посмотреть в книгах или интернет-ресурсах детали костюма. Но выдают себя туристам именно за саамов. <...> Это можно понять, когда переодеваются в национальное просто, но нельзя принять, когда зарабатывают деньги на обмане туристов, когда врут, что они и есть настоящие»;

«Это национальные костюмы саами? Какой ужас!»;

«Почему не саами носят национальную одежду и ездят представлять саами?»;

«Саамские костюмы из крапивы и прочее... Интересно, а кто из саамских мастеров шьёт этим всем фейковым деревням?» (КПМА⁹).

Саамы также критикуют «псевдотрадиционные» национальные блюда и «псевдотрадиционные» обряды, которые проводятся с использованием искусственных атрибутов, таких как «священные камни» (так называемые псевдосейды) и деревянные идолы. Не одобряется и участие туристов в шаманских ритуалах и плясках.

Хэштеговая акция «#осторожнофуфло» вызвала общественный резонанс и привлекла внимание к культуре и проблемам народа саами. К ним стали обращаться за консультациями представители бизнеса и туристической индустрии. Некоторые предприниматели после выхода «разоблачающих» публикаций под хэштегом #осторожнофуфло согласились сотрудничать или просто удаляли свои посты в социальных сетях (например, посты с изображениями «некорректных» этнических сувениров). Активисты, занимающиеся продвижением саамской культуры, отметили позитивные сдвиги в диалоге:

«Конечно, на нас в социальных сетях подписаны многие: и туроператоры, и гиды, и даже местные чиновники. Все, что мы публикуем, так или иначе отслеживается. Хотелось бы больше внимания к нашей проблеме, но пока ситуация именно такая. Думаю, что все равно это имеет определенный эффект, по крайней мере, некоторые предприниматели идут на сотрудничество и прислушиваются к нам» (ПМА¹⁰).

Саамские общественники продолжают вести диалог с представителями туристической ин-

дустрии с целью улучшения качества туристических продуктов. По словам активистов, несмотря на все предпринимаемые саамским сообществом усилия против некорректного использования элементов их культуры, «фейки все множатся». Ниже представлены примеры постов-обращений саамских активистов к местным органам власти, представителям туристской деятельности и бизнеса.

В феврале 2025 года В. В. Совкина¹¹ на своей личной странице в социальной сети «ВКонтакте» опубликовала очередное обращение следующего содержания:

«Официальное открытое обращение к губернатору Мурманской области, представителям органов власти, представителям туристического и ресторанного бизнеса и всем, кто заинтересован в сохранении и продвижении культуры и традиций коренного народа саамов. Вопрос: Вы действительно хотите принять участие и полноценно помочь в сохранении и развитии традиционной культуры и знаний коренного народа Мурманской области – саамов? Если это так, то предлагаем встретиться для полноценного разговора и оказания помощи друг другу, чтобы не было подделок / фейков и попыток представлять нас вместо нас. Просим прекратить использовать саамскую тематику на различных мероприятиях, где нет представителей нашего народа, где безграмотно и унижительно используются наши костюмы, которые могут носить только саамы и никто другой! Требуем не использовать слово “лопарь” в названии нашего народа и в других названиях. Мы – саамы! Обращаем внимание на то, что мы готовы оказывать посильную помощь всем, кто заинтересован в сотрудничестве и дальнейшей работе на благо и процветание нашего региона, Мурманской области. Приглашаем к глобальной встрече и выработке единых правил на основе взаимного уважения» (КПМА¹²).

Из поста, опубликованного саамским активистом Андреем Даниловым¹³ в социальной сети «ВКонтакте» от 28 июня 2025 года:

«Помню как принимал участие во встречах министра по туризму. Вносил предложения. Но что изменилось? Почему все чаще я вижу как неуважительно относятся к коренному народу саами?»

У нас имеется огромная картотека #осторожнофуфло. Вручили грамоту позора одному турпроектору о несоблюдении прав саами. Но как вижу, голос народа саами не слышен. <...> Не убивайте народ саами фейками и соблюдайте права саами на сохранение самобытной и уникальной культуры» (КПМА¹⁴).

Как видно из приведенных выше примеров, саамское сообщество отстаивает право на участие и контроль при разработке туристических продуктов. Они готовы сотрудничать с представителями бизнеса и туриндустрии, предлагая свою экспертную помощь. Саамы неоднократно предлагали создать Совет по туризму, в состав ко-

торого войдут старейшины и специалисты со стороны саамов, представители турбизнеса и власти.

В последние годы в Мурманской области организуются различные мероприятия, на которых обсуждаются стратегии взаимодействия коренного населения с представителями туристического сообщества с целью недопущения искажения саамской культуры. В 2023 году Ассоциацией кольских саамов при поддержке Министерства культуры Мурманской области был реализован проект по разработке методических рекомендаций для реализации творческих программ, товаров и услуг, направленных на популяризацию культуры кольских саамов. В рамках этого проекта были созданы методические рекомендации по подготовке туристско-экскурсионных программ и текстов экскурсий, посвященных быту и традициям кольских саамов¹⁵.

Некоторые представители саамского народа непосредственно участвуют в предоставлении туристических услуг, демонстрируя свою культуру и быт посетителям и туристам. Они организуют экскурсии, проводят мастер-классы по народным ремеслам, предлагают попробовать национальную кухню и многое другое. Этот подход позволяет саамским семьям и общинам не только зарабатывать, но и представлять свою культуру. Представитель народа саами и организатор саамского подворья «Олений двор» в н. п. Лопарская Мурманской области П. К. Харибына отмечает, что при реализации своего проекта и на протяжении всего периода осуществления предпринимательской деятельности по популяризации культуры саамов она сталкивается со сложностями различного характера (проверки со стороны контрольных (надзорных) органов, жалобы от местных жителей за ведение предпринимательской деятельности, проблемы с получением разрешения на строительство инфраструктуры и т. п.):

«Я положительно отношусь к тому, если над каким-то проектом работают люди, которые являются представителями нашей национальности, потому что это популяризация культуры. Коренные народы имеют право развивать свое культурное наследие. <...> Если бы нас поддерживали на всех уровнях, мы могли бы еще лучше развивать различные проекты. Но существуют различные проблемы, которые пока мешают нам развивать свое дело в задуманном направлении. Уверена, что мы обязательно справимся со всеми бюрократическими проблемами, но все равно хотелось бы, чтобы нам хотя бы не создавали препятствий» (ПМА¹⁶).

Саамская общественница В. В. Совкина отмечает, что представители народа саами, зани-

мающиеся изготовлением этнических сувениров или каким-либо видом творчества, испытывают недостаток знаний в области правовых аспектов ведения бизнеса в сфере туризма:

«Творческие люди, занимающиеся саамской культурой, не знакомы с бизнес-процессами и юридической стороной туризма. Они не готовы рисковать и заниматься организацией такого бизнеса. Им нужна стабильность. В основном все работают в бюджетных организациях, где есть гарантии. И вторая сторона вопроса – организации, не принадлежащие саамам, не готовы сотрудничать. Им удобнее действовать самостоятельно, без “непонятных претензий” к костюмам и аутентичности народа» (ПМА¹⁷).

Важно также отметить, что внутри саамского сообщества нет единого мнения относительно использования этнической символики в региональной туристической индустрии. Существуют определенные разногласия как в отношении ведения коммерческой деятельности (в том числе и конкуренция между представителями саамского сообщества, занимающимися коммерческой деятельностью в сфере этнотуризма), так и в отношении требований к аутентичности туристического продукта, которые связаны с различиями во взглядах на баланс между сохранением этнокультурного наследия и экономическими выгодами от туризма. Более углубленное рассмотрение данных аспектов является предметом отдельного исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие этнотуризма и этнопроектной деятельности в Мурманской области может стать

одним из ключевых факторов в сохранении и популяризации этнокультурного наследия кольских саамов. Однако существует необходимость в разработке эффективных стратегий для создания качественных туристических продуктов, подлинно отображающих культуру и традиции кольских саамов. Культурные индустрии должны способствовать гармоничному интегрированию традиционной саамской культуры в современные социокультурные и экономические реалии [3: 60]. В настоящее время большинство реализуемых региональных этнопроектов способствует лишь поверхностному знакомству с этнокультурной спецификой коренного населения.

Исследование показало, что представители коренного населения занимают неоднозначную позицию по вопросу использования их этнической символики в различных региональных этнопроектах. С одной стороны, существует понимание потенциальных выгод от повышенного внимания к их уникальной культуре: популяризация культуры и создание дополнительных рабочих мест для саамских семей и общин. С другой стороны, представители саамского народа выражают опасения относительно возможных негативных последствий. В частности, речь идет об упрощении и искажении элементов их этнической культуры в процессе коммерциализации. Анализ дискуссий вокруг проблемы профанации культуры свидетельствует о том, что кольские саамы настаивают на правовом регулировании отношений в области использования, сохранения и популяризации этнокультурного наследия.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Статистические данные // Официальный сайт Комитета по туризму Мурманской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.gov-murman.ru/documents/statisticheskie-dannye/> (дата обращения 26.07.2025).

² Численность // Официальный сайт Правительства Мурманской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://gov-murman.ru/region/saami/general_info/population/ (дата обращения 31.07.2025).

³ Полевые материалы автора (далее – ПМА). Проведено пять экспертных интервью с представителями народа саами, проживающими на территории Мурманской области (н. п. Лопарская, с. Ловозеро, города Мурманск и Оленегорск).

⁴ Киберполевые материалы автора (далее – КПМА). Проанализированы информационные посты под хэштегами #осторожнофуфло, #bewareoffake, #осторожноподделка, #stopsamyfakes, #берегисаамское, #nosaamifakes (далее – #осторожнофуфло). Данные посты опубликованы преимущественно на публичных стенах саамских веб-сообществ, а также на личных страницах саамских активистов. В социальной сети Facebook (принадлежит компании Meta и запрещена в РФ) анализировались посты официальной группы «Саами» (<https://www.facebook.com/groups/1673506702895334>: 319 участников, администратор сообщества – С. Каценельсон). Начиная с 2023 года большая часть хэштегов #осторожнофуфло опубликованы в социальной сети «ВКонтакте», в группе «Ловозерский р-он – Луяввьёр ёмьне» (<https://vk.com/lujavvri>: 3216 участников, администратор сообщества – А. Данилов). Вероятно, это связано с запрещением социальной сети Facebook на территории РФ и полным переключением саамов на «ВКонтакте». Во «ВКонтакте» функционирует более 20 виртуальных сообществ, посвященных саамской тематике. На 1 сентября 2025 года в этой социальной сети было опубликовано почти 150 постов под хэштегом #осторожнофуфло. Результаты данного исследования подробно рассмо-

- трены в статье: Сулейманова О. А., Белоруссова С. Ю. «#осторожнофуфло»: хештег как форма репрезентации этнической культуры кольских саамов» // Ежегодник финно-угорских исследований (в печати).
- ⁵ Государственная поддержка // Официальный сайт «Правительство Мурманской области» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gov-murman.ru/region/saami/statesupport/> (дата обращения 01.09.2025).
- ⁶ В Мурманске презентовали цифровые продукты саамских авторов // Официальный сайт «INTERNATIONAL DECADE OF INDIGENOUS LANGUAGES» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://idil2022-2032.org/events-activities/в-мурманске-презентовали-цифровые-пр/> (дата обращения 01.09.2025); В Мурманске создали компьютерную игру для изучения саамского языка // Официальный сайт «ЯЗЫКОВОЙ ПОРТАЛ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lingvo.kmnsoyuz.ru/2023/12/20/в-мурманске-создали-компьютерную-игру/> (дата обращения 01.09.2025); Компьютерную игру для изучения саамского языка разработали в Заполярье // Официальный сайт «Интерфакс Россия» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.interfax-russia.ru/northwest/news/kompyuternuyu-igru-dlya-izucheniya-saamskogo-yazyka-razrabotali-v-zapolyare> (дата обращения 01.09.2025).
- ⁷ КПМА – киберполевые материалы автора, 2025 год (см. Примечание № 4). Орфография и пунктуация оригинального текста сохранены.
- ⁸ Те же.
- ⁹ Те же.
- ¹⁰ ПМА – полевые материалы автора: с. Ловозеро, Мурманская область, 2025 год.
- ¹¹ В. В. Совкина – саамская активистка, директор ООО «Кольское саамское радио» (с. Ловозеро), член Постоянного форума ООН по вопросам коренных народов.
- ¹² КПМА – киберполевые материалы автора, 2025 год (см. Примечание № 4). Орфография и пунктуация оригинального текста сохранены.
- ¹³ А. Данилов – саамский активист, до 2022 года занимал должность директора Фонда саамского наследия и развития в г. Оленегорске Мурманской области.
- ¹⁴ КПМА – киберполевые материалы автора, 2025 год (см. Примечание № 4). Орфография и пунктуация оригинального текста сохранены.
- ¹⁵ Методические рекомендации по использованию в современном социокультурном контексте, в том числе создания региональных творческих, декоративно-прикладных и туристских продуктов, нематериального культурного наследия коренного малочисленного народа Севера Мурманской области – саамов [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://psv4.userapi.com/s/v1/d/HXa1CJ0MyjChOt1x1qWfTzMorDlgsZV_coZsmJX6r-tXLFC9xcqY7GV5ThHj_aXef8pJnv3oGc_olhFd4kCqAnZ2lzDHRjk1KkaFhhnDYMHNvuOmOMkb-0g/3_metodicheskie_rekomendatsii_po_ispolzovaniyu_nematerialnogo_kulturnogo_nasledia_saamov.pdf (дата обращения 19.07.2025).
- ¹⁶ ПМА – полевые материалы автора: н. п. Лопарская, Мурманская область, 2025 год.
- ¹⁷ ПМА – полевые материалы автора: с. Ловозеро, Мурманская область, 2025 год.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белкина С. В. Аутентичность и коммодификация культурного туризма // Культура и цивилизация. 2021. Т. 11, № 2А. С. 110–116. DOI: 10.34670/AR.2021.73.68.013
- Бодрова О. А. Мурманская область в поисках региональных брендов: к вопросу о теории и практике территориального брендинга // Труды Кольского научного центра РАН. 2019. Т. 10, № 2-16. С. 20–42. DOI: 10.25702/KSC.2307-5252.2019.10.2.20-42
- Бодрова О. А. Саамские этнокультурные артефакты в региональной туристской и культурно-массовой деятельности (на материале Мурманской области) // Труды Кольского научного центра РАН. Серия: Естественные и гуманитарные науки. 2022. Т. 1, № 1. С. 54–63. DOI: 10.37614/2949-1185.2022.1.1.005
- Бодрова О. А., Разумова И. А. О современных технологиях репрезентации и сохранения этнической культуры кольских саамов // Вестник археологии, антропологии и этнографии. 2021. № 1 (52). С. 172–178. DOI: 10.20874/2071-0437-2021-52-1-16
- Головнёв А. В., Албогачева М. С.-Г., Белоруссова С. Ю., Беляева-Сачук В. А., Киссер Т. С., Перевалова Е. В. Коренные малочисленные народы России: этнокультурные проекции. СПб.: МАЭ РАН, 2022. 200 с.
- Давыдова А. С. Имидж арктической территории в представлениях, мнениях и оценках туристов (на примере Мурманской области) // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2025. № 2. С. 164–183. DOI: 10.37614/2220-802X.2.2025.88.011
- Данилина В. Г. Этнотуризм и его роль в развитии туристической отрасли Мурманской области // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2024. № 2 (78) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/7814/> (дата обращения 19.07.2025).
- Карелина А. (Не)аутентичные туристические достопримечательности: как китайские туристы воспринимают российский «фейкlor» // Социологическое обозрение. 2021. Т. 20, № 2. С. 138–156.
- Карпова Г. А., Хорева Л. В. Коммодификация нематериального культурного наследия в системе услуг культурного туризма // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10, № 9 (70). С. 6–14.

10. Магомедханов М. М., Садовой А. Н., Ченсинер Р. «Зеленая дорога» монетизации этнотуризма: Дагестан. Проект «Арчи» // История, археология и этнография Кавказа. 2020. Т. 16, № 1. С. 157–184. DOI: 10.32653/CH161157-184
11. Мошняга Е. В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме в условиях глобализации: Монография. М.: Сов. спорт, 2010. 218 с.
12. Перевалова Е. В., Киссер Т. С., Конькова Ю. С. Сувенир и этничность (опыт Ямала и Таймыра) // Кунсткамера. 2021. № 4 (14). С. 249–261.
13. Сулейманова О. А. «Саамский сувенир» как этнотовар и бренд Мурманской области: к постановке проблемы // Труды Кольского научного центра РАН. Гуманитарные исследования. Вып. 22. 2022. Т. 13, № 2. С. 21–31. DOI: 10.37614/2307-5252.2022.2.13.22.002
14. Сулейманова О. А. Этническая деревня как региональный туристический бренд // Труды Кольского научного центра РАН. Серия: Естественные и гуманитарные науки. 2023. Т. 2, № 4. С. 61–73. DOI: 10.37614/2949-1185.2023.2.4.005
15. Черевичко Т. В., Темякова Т. В. Роль цифровизации в развитии экономико-туристического пространства региона: опыт Мурманской области // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2024. Т. 24. Вып. 2. С. 160–168 [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2024-24-2-160-168> (дата обращения 20.05.2025).
16. Шалагина Г. Э. Фейклизация в этническом туризме: риски и альтернативы // Вестник Дагестанского государственного университета. Сер. 3. Общественные науки. 2019. Т. 34. Вып. 3. С. 69–76.

Поступила в редакцию 30.09.2025; принята к публикации 27.10.2025

Original article

Olesya A. Suleymanova, Cand. Sc. (History), Senior Researcher, Barents Centre of the Humanities, Kola Science Centre of the Russian Academy of Sciences (Apatity, Russian Federation)
ORCID 0000-0001-5109-958X; sul-olesya@yandex.ru

THE KOLA SAMI AND ETHNOTOURISM: TRENDS AND PROBLEMS

Abstract. The relevance of this research topic stems from the current pressing need to preserve the traditional culture of the indigenous peoples of the North. Ethnotourism is a promising form of revitalizing and promoting the cultural heritage of indigenous peoples. In the context of the development of ethnotourism in the Murmansk Region, the culture of the Kola Sami is becoming a symbolic brand for the region and a tool for promoting tourism services. The study revealed that representatives of the indigenous population hold ambivalent positions regarding the use of their ethnic symbols in various regional ethno-projects. On the one hand, they understand the potential benefits of increased attention to their unique culture, such as cultural popularization and the creation of additional jobs for Sami families and communities. On the other hand, representatives of the Sami people express concerns about possible negative consequences. Specifically, they are concerned about the trivialization and distortion of elements of their ethnic culture through commercialization. Sami public organizations and activists defend their right to participate in the development of regional ethnotourism and oppose the inappropriate use of ethnic symbols. In recent years, various events have been organized in the Murmansk Region to discuss strategies for interaction between the indigenous population and representatives of the tourism community to create high-quality tourism products.

Key words: Kola Sami, ethnotourism, Murmansk Region, ethnic representation, ethnic brands, ethnic souvenirs, ethnocultural heritage

Acknowledgements. This article was funded from the federal budget as part of the state task No FMEZ-2024-0002 “Dynamics of the sociocultural image of the Kola North in the context of the history of the development of Russia’s Arctic frontier” assigned to the Barents Centre of the Humanities of the Kola Science Centre of the Russian Academy of Sciences.

For citation: Suleymanova, O. A. The Kola Sami and ethnotourism: trends and problems. *Proceedings of Petrozavodsk State University*. 2025;47(8):115–123. DOI: 10.15393/uchz.art.2025.1257

REFERENCES

1. Belkina, S. V. Authenticity and commodification of cultural tourism. *Culture and Civilization*. 2021;11(2A):110–116. DOI: 10.34670/AR.2021.73.68.013 (In Russ.)
2. Bodrova, O. A. Murmansk Region in search of regional brands: revisiting theory and practice of territorial branding. *Transactions of the Kola Science Centre of RAS*. 2019;10(2–16):20–42. (In Russ.)
3. Bodrova, O. A. Sami ethnocultural artifacts in regional tourism and cultural activities (on the basis of the Murmansk Region). *Transactions of the Kola Science Centre of RAS. Series: Natural Sciences and Humanities*. 2022;1(1):54–63. DOI: 10.37614/2949-1185.2022.1.1.005 (In Russ.)

4. Bodrova, O. A., Razumova, I. A. Modern technologies in representation and preservation of the Kola Sami ethnic culture. *Vestnik arheologii, antropologii i etnografii*. 2021;1(52):172–178. DOI: 10.20874/2071-0437-2021-52-1-16 (In Russ.)
5. Golovnyov, A. V., Albogachieva, M. S.-G., Belorussova, S. Yu., Belyaeva-Sachuk, V. A., Kisser, T. S., Perevalova, E. V. Indigenous peoples of Russia: ethnocultural projections. St. Petersburg, 2022. 200 p. (In Russ.)
6. Davydova, A. S. Tourist perceptions, beliefs, and evaluations of the Arctic: A case study of the Murmansk Region. *The North and the Market: Forming the Economic Order*. 2025;(2):164–183. DOI: 10.37614/2220-802X.2.2025.88.011 (In Russ.)
7. Danilina, V. G. Ethnotourism and its role in the development of the tourism industry of the Murmansk Region. *Regional Economics and Management: Electronic Scientific Journal*. 2024;2(78). Available at: <https://eee-region.ru/article/7814/> (accessed 19.07.2025). (In Russ.)
8. Karelina, A. (In)authentic tourist attractions: how Chinese tourists perceive Russian “fakelore”. *Sociological Review*. 2021;20(2):138–156. (In Russ.)
9. Karpova, G. A., Horeva, L. V. Commodification of intangible cultural heritage in the system of cultural tourism services. *Services in Russia and Abroad*. 2016;10(9(70)):6–14. (In Russ.)
10. Magomedhanov, M. M., Sadovoy, A. N., Chenciner, R. The “green path” of ethno-tourism’s monetization: Dagestan. The Archi project. *History, Archeology and Ethnography of the Caucasus*. 2020;16(1):157–184. DOI: 10.32653/CH161157-184 (In Russ.)
11. Moshnyaga, E. V. Conceptual space of intercultural communication in tourism in the context of globalization: Monograph. Moscow, 2010. 218 p. (In Russ.)
12. Perevalova, E. V., Kisser, T. S., Konkova, J. S. Souvenir and ethnicity (Yamal and Taymyr experience). *Kunstkamera*. 2021;4(14):249–261. (In Russ.)
13. Suleymanova, O. A. “Saami souvenir” as an ethnic product and a brand of the Murmansk Region: to the formulation of the problem. *Transactions of the Kola Science Centre of RAS. Humanitarian Studies*. 2022;13(2):21–31. DOI: 10.37614/2307-5252.2022.2.13.22.002 (In Russ.)
14. Suleymanova, O. A. Ethnic village as a regional tourism brand. *Transactions of the Kola Science Centre of RAS. Series: Natural Sciences and Humanities*. 2023;2(4):61–73. DOI: 10.37614/2949-1185.2023.2.4.005 (In Russ.)
15. Cherevichko, T. V., Temyakova, T. V. The role of digitalization in regional economic and tourist space development: the Murmansk Region experience. *Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*. 2024;24:160–168. Available at: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2024-24-2-160-168> (accessed 20.05.2025). (In Russ.)
16. Shalagina, G. E. FakelORIZATION in ethnic tourism: risks and alternatives. *Herald of Dagestan State University. Series 3. Social Sciences*. 2019;34(3):69–76. (In Russ.)

Received: 30 September 2025; accepted: 27 October 2025