https://doi.org/10.58225/tim.2026-3-252-263

Р.А.Аязлар
доктор философии, доцент, Университет Мугла Ситки Кочман
reyhanayazlar@mu.edu.tr
ORCID 0000-0002-9546-9412
Ш.Дж.Гурбанов
докторант, Университет Мугла Ситки Кочман
shamilgurbanov800@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 30.09.2026
The article was received by editorial board on 30.09.2026
Статья принята к печати 30.09.2026

ПАРК ВОЕННЫХ ТРОФЕЕВ КАК ОБЪЕКТ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА: АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Резюме

В настоящем исследовании рассматривается мотивация отечественных туристов, посещающих Парка военных трофеев в Баку, как объект военно-исторического туризма. В рамках исследования изучаются мотивы путешествий посетителей в контексте черного туризма, уровень коллективной самооценки, степень эмоциональной активации и удовлетворенность посещением. В исследовании, основанном на количественном подходе, был проведен опрос 416 отечественных туристов. Согласно полученным результатам, основными факторами, мотивирующими посетителей Парка военных трофеев в Баку, являются самореализация, обучение и чувство сопричастности. Кроме того, у азербайджанских туристов были выявлены положительные показатели коллективной самооценки и эмоциональной удовлетворенности. Также были обнаружены демографические различия между участниками исследования с точки зрения уровня коллективной самооценки, эмоциональной активации и удовлетворенности. На основе полученных результатов разработаны рекомендации для специалистов-практиков и исследователей.

Ключевые слова: *военно-исторический туризм, черный туризм, Азербайджан, Парк военных трофеев, мотивация посетителей, коллективная самооценка, историческая память.*

В условиях глобализирующегося мира туризм приобретает многослойную структуру, охватывающую не только экономическую сферу деятельности, но и социальные, культурные и психологические аспекты. Туризм не ограничивается такими базовыми мотивами путешествий, как развлечения и отдых; в поведении людей, связанном с путешествиями, также играют значительную роль многообразные мотивации, включая поиск смысла, чувство принадлежности, стремление установить связь с историческим прошлым и эмоциональное удовлетворение. Такое разнообразие способствует более эффективному использованию странами туристических ресурсов и созданию уникальных туристических пространств. Одним из проявлений данного многообразия мотивационных факторов является черный туризм (*dark tourism*).

Согласно Urry (2005), даже самые неожиданные места в определенном регионе могут быть включены в сферу туризма. В этом контексте к примерам дестинаций черного туризма относятся место кораблекрушения «Титаника», бывшие еврейские концентрационные лагеря, Освенцим-Биркенау, а также Сараево, хранящее следы Боснийской войны и сербско-боснийского конфликта и

акцентирующее идею свободы через экспозицию в Туннеле надежды. Еще одним примером является Ground Zero - место, где находились башни Всемирного торгового центра, разрушенные в результате терактов 11 сентября.

В контексте Азербайджана общественная память, национальная гордость и элементы коллективной травмы, сформировавшиеся после Второй Карабахской войны с Арменией в 2020 году, обладают значительным потенциалом для развития черного туризма.

Исторические события, в особенности войны и вооруженные конфликты, занимают важное место в памяти общества. Они не только определяют ход развития государств, но и влияют на формирование представлений народа о собственном прошлом, культурных ценностях и национальной идентичности.

Одним из направлений, позволяющих познакомиться с военным прошлым страны, является военно-исторический туризм. Его основой становится посещение мест, связанных с военными событиями: бывших полей сражений, мемориалов, военных музеев, крепостей, памятников и других исторических объектов. Такие поездки дают возможность не только получить новые знания, но и более глубоко осмыслить события прошлого через непосредственное знакомство с историческим пространством.

Военно-исторический туризм также играет важную роль в сохранении исторической памяти. Знакомство с судьбами участников военных событий и местами, где происходили значимые исторические процессы, способствует формированию уважительного отношения к прошлому и может оказывать влияние на развитие гражданского и патриотического сознания.

Военно-исторический туризм обладает значительными возможностями в культурной, образовательной и исследовательской сферах. К его основным функциям можно отнести следующее:

- **Сохранение исторической памяти.** Посещение военно-исторических объектов помогает сохранить сведения о важных событиях прошлого и людях, сыгравших значительную роль в истории государства.
- **Формирование гражданской и национальной идентичности.** Знакомство с историческим наследием позволяет молодому поколению лучше понимать прошлое своей страны, ее культурные традиции и исторические особенности.
- **Образовательное и исследовательское значение.** Военно-исторические маршруты создают возможности для более глубокого изучения причин, хода и последствий вооруженных конфликтов. Они представляют интерес как для специалистов, так и для людей, увлечённых историей.

Таким образом, военно-исторический туризм является важным инструментом сохранения историко-культурного наследия и распространения знаний о прошлом. Вместе с тем его дальнейшее развитие требует комплексного подхода, включающего сохранение исторических объектов, улучшение инфраструктуры, повышение качества информационного сопровождения и обеспечение достоверности представляемых исторических сведений.

При рассмотрении научной литературы можно отметить, что исследования, посвященные потенциалу и дестинациям черного туризма в Азербайджане, остаются ограниченными. Ф.Исрафилова и Ху - Латтимора (2018) исследовали опыт молодежи Азербайджана в сфере черного туризма. В работе выявлено влияние ценностей и культуры молодежи на опыт черного туризма.

М.Алили (2018) провел исследование, посвященное уровню осведомленности и знаний представителей туристической отрасли Баку и посетителей объектов черного туризма о данном виде туризма. Результаты исследования позволили определить, посещали ли участники такие объекты, как Аллея шехидов и Мемориальный комплекс геноцида в Губе, изучить деятельность местных туристических предприятий, связанную с объектами черного туризма, уровень их осведомленности о подобных дестинациях в других странах, а также вклад черного туризма в экономику страны.

Т.Агакишиева и С.Э.Динчэр (2022) рассматривают черный туризм как направление альтернативного туризма на примере дестинаций черного туризма в Азербайджане, Турции и других странах. В результате исследования был выявлен определенный вклад черного туризма в экономику стран.

Д.Гулиева (2022) в исследовании, проведенном методом анализа документов, представляет информацию о дестинациях, связанных с черным туризмом, и оценивает деятельность, осуществляемую на официальном уровне, а также подчеркивает наличие потенциала для развития черного туризма в Азербайджане и отмечают, что соответствующие дестинации пока используются недостаточно эффективно.

Анализ предыдущих исследований позволяет говорить о наличии потенциала для развития черного туризма в Азербайджане. Вместе с тем У.Габерли (2025) рассматривает Карабах как современную дестинацию и оценивает его туристический потенциал. Согласно результатам данного исследования, регион Нагорного Карабаха обладает потенциалом для развития черного туризма благодаря сохранившимся следам и последствиям войны, руинам и кладбищам.

В данном контексте особый интерес представляет Парк военных трофеев в Баку, созданный после Второй карабахской войны. Его экспозиция связана с недавним конфликтом, поэтому восприятие представленных материалов может включать познавательный интерес, чувство принадлежности к национальному сообществу, эмоциональную вовлеченность и осмысление военного опыта.

Вместе с тем отсутствие исследований, посвященных мотивации и удовлетворенности посетителей данного объекта, также рассматривается как пробел в научной литературе. Исходя из этого, целью настоящего исследования является выявление мотиваций отечественных туристов, посещающих Парк военных трофеев в Баку, а также определение уровня их коллективной самооценки, эмоциональной активации и удовлетворенности.

Данное исследование представляет собой один из примеров исследований в области черного туризма, продолжающего развиваться в Азербайджане, в рамках которого данные непосредственно собраны на исследуемом объекте, а рассматриваемая проблематика изучается с точки зрения мотивации, коллективной самооценки и уровня удовлетворенности. Парк военных трофеев представляет собой музей под открытым небом, хранящий следы войны и демонстрирующий символическое представление национальной победы. Таким образом, данный объект не только содержит визуальные элементы, но и предоставляет отечественным туристам возможность установить связь с историческим прошлым, пережить коллективную память и укрепить чувство принадлежности.

Предполагается, что результаты исследования внесут вклад в изучение мотивации отечественных туристов к посещению объектов черного туризма, а также позволят раскрыть потенциал Парка военных трофеев как дестинации черного туризма и оценить его возможный экономический вклад. В этом отношении исследование предоставляет практическую информацию, представляющую ценность для лиц, принимающих решения, и разработчиков и реализаторов соответствующей политики.

Краткая история черного туризма

Интерес к местам смерти, военных столкновений и трагических событий возник задолго до оформления соответствующего научного понятия. Его историческими предпосылками выступали посещения захоронений, мест казней, полей сражений и мемориалов. А. Ситон рассматривает подобные практики через понятие танатотуризма, связывая путешествия с обращением человека к теме смерти и памяти о ней (Seaton, 1996). Однако разнообразие мотивов таких поездок не позволяет свести их исключительно к любопытству или поиску сильных ощущений.

Самостоятельное направление исследований сформировалось в 1990-е годы. Работа М. Фоли и Дж. Леннона 1996 года закрепила использование термина «dark tourism» применительно к туристскому интересу к смерти и трагическим событиям (Foley & Lennon, 1996). В дальнейшем П.

Стоун предложил рассматривать соответствующие объекты как спектр, различающийся по связи с реальными событиями, образовательной направленности и характеру представления прошлого (Stone, 2006). В русскоязычной литературе используются обозначения «черный», «темный» и «мрачный» туризм (Горошко, Пацала; 2023), а в турецкой - «hüzün turizmi», акцентирующее переживание печали и памяти (Kurnaz, Çeken, Kılıç; 2013).

В научной литературе классификация видов черного туризма в основном основывается на классификации, предложенной Ф.Стоуном (2006). Согласно данной классификации, туристические продукты в сфере черного туризма различаются по степени «темноты» и располагаются на соответствующем спектре - от наиболее светлых до наиболее темных форм. В рамках данного спектра продукты черного туризма подразделяются на семь категорий: *Dark Fun Factories, Dark Exhibitions, Dark Dungeons, Dark Resting Places, Dark Shrines, Dark Conflict Sites* и *Dark Camps of Genocide* (Stone, 2006).

В соответствии с данной классификацией Парк военных трофеев в Баку может быть отнесен к категории *Dark Exhibitions*, поскольку военные события и их последствия представлены здесь посредством экспозиции материальных объектов, связанных с войной, а сам музей расположен вне непосредственных мест боевых действий. В то же время следует учитывать, что предложенный Стоуном спектр носит динамический характер, поэтому границы между отдельными категориями не являются абсолютно жесткими.

Непосредственные поездки к местам боевых действий также возможны, однако такие поездки могут быть связаны с высокими затратами, а в случае продолжающихся вооруженных конфликтов - с риском для безопасности посетителей. Поэтому музеи, в которых воссоздаются элементы военных действий и/или экспонируются трофеи, полученные в результате этих событий, также могут представлять интерес для посетителей. Открытый в Баку в 2021 году Парк военных трофеев представляет широкий спектр экспонатов, связанных с войной, включая образцы ракетных систем, противотанковых заграждений и другие военные объекты.

Военно-исторический туризм пересекается с черным туризмом там, где предметом посещения становятся война, утрата и их общественное осмысление. При этом интерес к вооружению, военной истории и музейной интерпретации событий может сочетаться с положительными переживаниями принадлежности и гордости. Исследования опыта посетителей объектов трудного наследия и полей сражений показывают значимость обучения, личных связей с прошлым и поиска смысла (Biran, Poria, Oren; 2011). Поэтому мотивацию посетителей Парка военных трофеев следует изучать непосредственно по их ответам, учитывая специфику экспозиции и национальный контекст.

Потенциал черного туризма в Азербайджане

Генезис и ранние этапы развития туризма в Азербайджане, включая предпосылки формирования отдельных его направлений, в частности черного туризма, целесообразно рассматривать в контексте историко-политических процессов, обусловленных нахождением территории Азербайджана сначала в составе Российской империи, а затем в системе Советского государства. Длительное включение Азербайджана в единое политическое, социально-экономическое и культурное пространство Российской империи и СССР способствовало формированию общих тенденций и механизмов развития туристической деятельности. В связи с этим становление туризма в Азербайджане не может анализироваться изолированно от соответствующих процессов, происходивших в царской России и позднее в Советском Союзе.

Первые организованные формы военно-исторических поездок появились в России в начале XX века. В частности, в 1908 году были проведены специальные экскурсии для групп русских офицеров в Очаков - место, связанное со штурмом турецкой крепости в период русско-турецкой войны 1787–1791 годов (Баюра, 2011). В дальнейшем интерес к посещению объектов, связанных с военной историей, постепенно расширялся.

В советский период важное место занимали памятники Второй мировой войны и мемориалы, содержание которых определялось официальной идеологией. К примеру, в советское время в центре

Баку был открыт мемориальный комплекс «26 бакинских комиссаров». 26 комиссаров входили в состав большевистского правительства, которое было создано в Баку в марте 1918 года. Оно просуществовало несколько месяцев: в июле после вступления в город турецких войск комиссары бежали в Туркменистан, где их арестовали, а затем расстреляли – по одной версии - меньшевики, по другой - эсеры. Останки комиссаров были перезахоронены в центре Баку два года спустя, когда город заняла Красная Армия.

Этот мемориальный комплекс способствовал формированию официальной исторической памяти и закреплению образа 26 комиссаров как революционных героев и мучеников. Таким образом, мемориал выполнял не только мемориальную, но и выраженную идеологическую функцию, являясь частью советской системы символического конструирования исторического прошлого.

После развала Советского Союза в бывших республиках произошло радикальное осмысление исторического прошлого, мемориал, посвященный 26 комиссарам был демонтирован, а на месте идеологических памятников советского режима стали появляться памятники, увековечившие борьбу азербайджанского народа за свободу и независимость. Особое внимание в этом ряду занимают Аллея шехидов, мемориальный комплекс в Губе Музей жертв политических репрессий в Баку (Guliyeva, 2022). Эти объекты способны объединять историческое просвещение, эмоциональное сопереживание и сохранение общественной памяти.

Перспективы черного туризма с историческим наследием и осмыслением последствий войны. В совокупности эти источники позволяют выделить три взаимосвязанных направления: память о погибших, изучение политического насилия и представление военной истории (Агакишиева, 2022).

После Второй карабахской войны 2020 года в Азербайджане возникли новые условия для изучения и туристского использования наследия конфликта. Возвращение под контроль страны части ранее утраченных территорий, создание музейных экспозиций и начало восстановления населенных пунктов изменили способы представления этого наследия. В одном пространстве оказались связаны материальные следы разрушений, память о погибших, опыт вынужденного переселения и возвращения, а также общественное восприятие победы. Эти обстоятельства делают развитие черного туризма предметом исследования туристской политики и культуры памяти.

При этом последствия конфликта нельзя сводить к событиям 2020 года. История многих разрушенных объектов и перемещенных сообществ относится к Первой карабахской войне и последующим десятилетиям. Выражение «после Второй карабахской войны» обозначает в данной статье новый этап обращения с наследием, а не единое время возникновения всех рассматриваемых потерь. Такое разграничение необходимо для достоверной музейной хронологии и корректного объяснения посетителям того, что именно произошло в каждом месте.

С точки зрения черного туризма карабахский регион можно отнести к направлениям, связанным не только с посещением полей сражений, но с объектами, связанными с геноцидом (категория «лагерей смерти»/мест массовой гибели) (Gaberli, 2025).

Парк военных трофеев, открытый в Баку в 2021 году, занимает в этой системе особое положение. Военная техника и другие экспонаты сочетаются здесь с хронологией событий Второй карабахской войны, фотографиями и текстовыми материалами. Парк представляет музейную интерпретацию войны вне непосредственного поля боя. Его потенциал определяется возможностью знакомить посетителей с материальными свидетельствами событий и одновременно обращаться к их представлениям об общей истории. Именно результаты анкетирования позволяют уточнить, какие из этих возможностей наиболее значимы для аудитории.

Материалы и методы исследования

Эмпирическую основу составляют данные опроса граждан Азербайджана в возрасте от 18 лет, посетивших Парк военных трофеев хотя бы один раз. Сбор данных проводился в апреле - августе 2025 года очно и онлайн. Применялась доступная, то есть невероятностная, выборка. Из 421 собранной анкеты в анализ включены 416. Женщины составили 66,3% выборки, мужчины - 33,7%;

работающие респонденты - 65,1%; состоящие в браке - 47,6%. Наиболее многочисленными образовательными группами стали обладатели степени бакалавра - 39,7% и магистра - 32,0%.

В рамках исследования предпринимается попытка найти ответы на следующие вопросы:

- Каковы мотивы азербайджанских туристов при посещении Парка военных трофеев?
- Каковы уровни удовлетворенности и эмоциональной активации азербайджанских туристов при посещении Парка военных трофеев?
- Каков уровень коллективной самооценки азербайджанских туристов при посещении Парка военных трофеев?
- Существуют ли статистически значимые различия между демографическими характеристиками азербайджанских туристов и уровнями их удовлетворенности и эмоциональной активации?
- Существуют ли статистически значимые различия между демографическими характеристиками азербайджанских туристов и уровнем их коллективной самооценки?

Анкета охватывала три содержательных блока. Мотивация оценивалась по 36 утверждениям, объединенным в восемь измерений, с пятибалльной шкалой ответов. Эмоциональное состояние изучалось через удовлетворенность и эмоциональное возбуждение по модели PAD А. Мехрабиена и Дж. Рассела: по шесть пунктов на каждое измерение с семибалльной шкалой (Mehrabian, Russell; 1974). Коллективная самооценка, понимаемая как оценка собственной групповой принадлежности, изучалась с опорой на подход Р. Лухтанен и Дж. Крокер (Luhtanen, Crocker; 1992). Итоговые таблицы диссертации содержат 12 пунктов в трех измерениях. Исследование было проведено после получения одобрения Комитета по этике университета Мугла Ситки Кочман (Протокол №230027, дата: 03.08.2025) на проведение анкетирования.

В работе использованы описательная статистика, t-критерий для независимых выборок, однофакторный дисперсионный анализ и сравнения по Бонферрони. Коэффициент α Кронбаха составил 0,968 для общей шкалы мотивации, 0,865 для эмоционального блока и 0,879 для коллективной самооценки. В статье систематизированы результаты исходного исследования без повторного расчета по первичным анкетам. При расхождениях чисел в таблицах и сопровождающем тексте использованы табличные значения. Выводы относятся к обследованным посетителям и не представляют оценки всех туристов Азербайджана.

Перед проведением статистического анализа было принято, что набор данных соответствует предпосылке нормального распределения. При оценке нормальности установлено, что значения асимметрии (skewness) по отдельным пунктам шкал варьировали от −1,779 до 0,045, а значения эксцесса (kurtosis) - от −1,177 до 1,616. Поскольку полученные значения находились в пределах ±2, данные считались достаточно близкими к нормальному распределению, что обосновывало применение параметрических методов статистического анализа (George & Mallery, 2003).

Для обобщения социально-демографических характеристик участников и их ответов по исследуемым переменным использовались описательные статистические показатели, включая частоты, проценты, средние арифметические значения и стандартные отклонения.

Для оценки внутренней согласованности шкал проводился анализ надежности с использованием коэффициента альфа Кронбаха.

С целью определения различий в уровнях удовлетворенности, возбуждения и коллективной самооценки в зависимости от пола, трудовой занятости и семейного положения применялся **t**-критерий Стьюдента для независимых выборок. Для выявления различий по возрасту и уровню образования использовался однофакторный дисперсионный анализ (ANOVA). В случаях выявления статистически значимых различий по результатам ANOVA для определения конкретных групп, между которыми наблюдались различия, применялся критерий множественных сравнений Бонферрони (George & Mallery, 2003).

Таким образом, выбор статистических методов был обусловлен характером исследуемых переменных и соответствием исходных данных основным предпосылкам параметрического анализа.

Исследование имеет ряд ограничений. Географические рамки исследования ограничены Парком военных трофеев в Баку. В исследование были включены только местные туристы, тогда как мотивация и уровень удовлетворенности иностранных туристов не рассматривались. Использование метода анкетирования обусловливает ограничения, связанные с субъективными восприятиями участников и определенным временным периодом проведения исследования. Кроме того, применение количественного метода не позволяет получить более глубокую информацию об индивидуальном опыте участников.

Результаты анкетирования: структура мотивации

Основной результат исследования — преобладание содержательных, личностно значимых мотивов посещения. Наибольшую среднюю оценку получила самореализация - 4,13 балла, затем обучение - 4,07 и связь с местом и наследием - 3,96. Полная последовательность мотивов представлена в таблице 1. Это описательный рейтинг средних значений; сам по себе он не доказывает статистическую значимость различий между мотивационными измерениями.

Таблица 1

Мотивация посетителей Парка военных трофеев (Gurbanov, 2026)

Мотивационный блок	Средний балл	α Кронбаха
Самореализация	4,13	0,894
Обучение	4,07	0,897
Связь с местом	3,96	0,845
Общение с единомышленниками	3,79	0,914
Уход от повседневности и отдых	3,71	0,845
Инициатива и признание	3,62	0,805
Стимуляция и развлечение	3,54	0,846
Укрепление отношений с близкими	3,53	0,923

Шкала мотивации от 1 до 5; n = 416.

Самореализация отражает стремление посетителя соотнести увиденное с собственными ценностями и представлениями о себе. Внутри этого блока наиболее высоко оценено переживание чувства достижения - 4,30 балла; максимальный вариант согласия выбрали 252 человека, или 60,6%. Значимыми оказались также личные и духовные ценности - 4,14, чувство принадлежности и понимание себя - по 4,11. В заключении диссертации данные интерпретируются как свидетельство того, что национально значимое музейное пространство помогает посетителям находить личный смысл в общей истории (Gurbanov, 2026).

Такое распределение ответов раскрывает особенность парка как военно-исторического объекта: экспонат воспринимается одновременно как материальное свидетельство и как символ общего опыта. Чувство достижения может быть связано с тем, как респонденты осмысляют итог войны и свое отношение к национальному сообществу. Вместе с тем анкета фиксирует согласие с соответствующими мотивами; она не измеряет изменение уверенности в себе до и после посещения. Поэтому самореализацию корректно понимать прежде всего как выраженную посетителями потребность и смысл обращения к экспозиции.

Обучение занимает второе место. Желание развивать личные интересы получило 4,31 балла, узнавать новое - 4,26. Полностью согласились с этими утверждениями соответственно 247 респондентов, или 59,4%, и 237 респондентов, или 57,0%. Несколько ниже оценены получение отличающегося опыта - 3,96, расширение знаний о музее - 3,91 и открытие неизвестного - 3,90. Эти ответы показывают, что парк привлекает возможностью содержательного знакомства с историей и предметами военной культуры.

Практическое значение данного результата состоит в необходимости развивать объяснительную часть экспозиции: сведения о назначении техники, хронологию событий, исторический контекст и доступные ответы на вопросы посетителей. Вывод диссертации о потенциале парка как пространства непрерывного образования непосредственно опирается на высокий рейтинг обучения. Познавательный мотив также согласуется с исследованиями А. Биран, Я. Пории и Г. Орена, рассматривающими опыт посетителей объектов трудного наследия (Biran, Poria, Oren; 2011).

Третья позиция принадлежит связи с местом и наследием. Стремление посещать лично интересные места оценено в 4,17 балла; максимальное согласие выразили 230 человек, или 55,3%. Эмоциональная связь с наследием получила 3,96, особая атмосфера места - 3,87, символический смысл - 3,85 (Gurbanov, 2026). В заключении исследования этот блок связывается с поддержанием отношений между прошлым и настоящим, культурной памятью и ощущением принадлежности к Азербайджану. Сходное внимание к духовным переживаниям и значению посещаемого места присутствует в турецкоязычном исследовании Х. Акюрт Курназ, Х. Чекена и Б. Кылыча (Kurnaz, Çeken, Kılıç; 2013).

Социальные и рекреационные мотивы дополняют ведущие три измерения. Общение с единомышленниками получило 3,79 балла: посетители ценят возможность встретить людей со схожими взглядами и обменяться знаниями. В блоке ухода от повседневности и отдыха средняя оценка составила 3,71, однако отдельные ответы различаются: ощущение безопасности оценено в 3,98, а уход от рутины - в 3,14. В блоке инициативы и признания выделяется стремление следить за актуальными событиями - 4,15 при общей средней 3,62 (Gurbanov, 2026). Это указывает на связь посещения с общественно значимой повесткой.

Стимуляция и развлечение - 3,54, а также укрепление отношений с близкими - 3,53 занимают последние места. Тем не менее их оценки выше середины пятибалльной шкалы, поэтому считать их отсутствующими нельзя. Результат показывает относительный приоритет познания, самореализации и символической связи с наследием. Для организации посещений это означает, что удобство семейного и группового досуга должно поддерживать содержательный опыт, центральным элементом которого остается историческая экспозиция.

Эмоциональные оценки и коллективная самооценка

Анкетирование выявило в целом положительный эмоциональный фон: средняя удовлетворенность составила 5,78 из 7, эмоциональное возбуждение - 5,21. Последний показатель характеризует степень активации и вовлеченности; его не следует автоматически отождествлять с развлечением или удовольствием. Среди отдельных эмоциональных характеристик выделяются надежда - 6,17, удовлетворенность - 5,98 и ощущение счастья - 5,82 (Gurbanov, 2026). В заключении работы этот результат связывается с положительным восприятием музейного опыта и будущего.

Таблица 2

Эмоциональные оценки и коллективная самооценка (Gurbanov, 2026)

Показатель	Средний балл	Шкала
Удовлетворенность	5,78	1–7
Эмоциональное возбуждение	5,21	1–7
Личное принятие национальной принадлежности	4,20	1–5
Значимость идентичности для представления о себе	3,93	1–5
Воспринимаемое общественное признание	3,78	1–5
Коллективная самооценка в целом	3,97	1–5

Положительные эмоции не противоречат связи экспозиции с войной и утратами. Для опрошенной национальной аудитории осмысление событий может включать переживания общей судьбы, достижения и надежды. Вместе с ведущими мотивами это позволяет понять, почему пространство, связанное с трагическим прошлым, воспринимается также как источник личностно значимого опыта.

Средняя коллективная самооценка составила 3,97 из 5. Наиболее высоко оценено личное принятие национальной принадлежности - 4,20; значимость идентичности для представления о себе получила 3,93, воспринимаемое общественное признание - 3,78. Особенно высоко респонденты оценили положительное отношение к своей идентичности - 4,33.

В совокупности мотивационные и психологические показатели поддерживают центральный вывод диссертации о символическом значении парка. Самореализация и связь с наследием содержательно согласуются с положительным отношением к национальной принадлежности. Такое совпадение делает объяснение через коллективную память убедительным на уровне интерпретации. Однако исследование не устанавливает причинной связи между конкретным мотивом и уровнем коллективной самооценки: для этого потребовался бы самостоятельный анализ взаимосвязей и изменений во времени.

Различия между группами посетителей

Сравнение социально-демографических групп показывает, что восприятие парка неоднородно. Важно разграничивать эти результаты: представленные в диссертации t-тесты и ANOVA относятся к эмоциональным оценкам и коллективной самооценке, поэтому их нельзя описывать как доказанные различия по всем восьми мотивам посещения. В таблице 3 приведены наиболее показательные сопоставления (Gurbanov, 2026).

Таблица 3

Отдельные межгрупповые сравнения

Показатель и группы	Средние баллы	Критерий; p
Удовлетворенность: женщины / мужчины	5,87 / 5,60	t = 2,519; 0,012
Эмоциональное возбуждение: женщины / мужчины	5,30 / 5,02	t = 2,707; 0,007
Коллективная самооценка: женщины / мужчины	3,97 / 3,96	t = 0,124; 0,902
Удовлетворенность: работающие / неработающие	5,95 / 5,45	t = 4,788; < 0,001
Удовлетворенность: в браке / не в браке	6,11 / 5,47	t = 6,638; < 0,001
Коллективная самооценка: в браке / не в браке	4,04 / 3,91	t = 2,188; 0,029

Для t-тестов df = 414. Значения p = 0,000 в исходных таблицах обозначены как p < 0,001.

У женщин удовлетворенность и эмоциональное возбуждение выше, чем у мужчин, но различий по общей коллективной самооценке не выявлено. Работающие и состоящие в браке участники характеризуются более высокими эмоциональными оценками. При этом занятость не сопровождается значимым различием по общей коллективной самооценке: 4,00 против 3,91; p = 0,130. Значимое различие выявлено только по роли национальной идентичности в представлении о себе - 4,01 против 3,78; p = 0,005. Следовательно, характеристику аудитории необходимо строить по отдельным измерениям, избегая обобщения всех результатов в единую оценку.

Возрастные различия также существенны. В младшей группе, обозначенной в таблице исследования как «младше 20 лет», удовлетворенность составила 5,04, тогда как в группе 50–59 лет - 6,54. Эмоциональное возбуждение максимально у участников 60 лет и старше - 5,93, но у группы

50–59 лет оно ниже - 4,94. Таким образом, увеличение возраста не сопровождается равномерным ростом каждого показателя. По уровню образования наиболее высокая удовлетворенность выявлена у магистров - 6,27, а эмоциональная активация - у обладателей докторской степени - 5,58 (Gurbanov, 2026).

Эти результаты указывают на необходимость учитывать разнообразие ожиданий посетителей. Сравнительно низкие оценки у младшей возрастной группы и бакалавров обосновывают внимание к доступности объяснений, возможности задавать вопросы и участию в обсуждении экспозиции. Однако возраст, образование, занятость и семейное положение могут быть взаимосвязаны; отдельные межгрупповые сравнения не позволяют изолировать влияние каждого фактора. Выявленные различия полезны прежде всего как ориентир для разработки и дальнейшей проверки образовательных программ.

Обсуждение и заключение

Результаты анкетирования позволяют охарактеризовать Парк военных трофеев как объект военно-исторического туризма с выраженным познавательным и символическим значением. Главный вывод заключается в преобладании трех мотивов: самореализации, обучения и связи с историческим наследием. Для опрошенных важны возможность соотнести общую историю с личными ценностями, получить новые знания и почувствовать принадлежность к национальному сообществу. Материальная экспозиция выступает основой этого опыта, содержание которого выходит за пределы осмотра военной техники.

Высокие оценки удовлетворенности и личного принятия национальной идентичности дополняют данный вывод. В данном контексте можно утверждать, что Парк рассматривается как пространство исторического образования, культурной преемственности и коллективной памяти (Gurbanov, 2026). Полученные результаты позволяют поддержать такую трактовку применительно к исследованной аудитории. Одновременно сравнительно низкий рейтинг развлечения уточняет направление развития объекта: основную ценность создают содержательная интерпретация экспонатов и возможность осмысления представленной истории.

Практические предложения данного исследования включают организованные образовательные посещения, сотрудничество с учебными заведениями и внимание к мнению молодежи (Gurbanov, 2026). В рамках военно-исторического туризма эти предложения целесообразно реализовать через тематические экскурсии, задания по анализу исторических материалов и обсуждения после посещения. Для взрослых посетителей могут быть востребованы более подробные пояснения к технике и хронологии событий, для молодых - понятная последовательность рассказа и возможность самостоятельного поиска ответов. Документальность, уважение к человеческим потерям и ясное разграничение фактов и их интерпретации повышают образовательную ценность такого опыта.

Дальнейшие исследования целесообразно направить на сравнение разных мемориальных объектов, интервью с посетителями, изучение иностранной аудитории и сопоставление посетивших Парк с теми, кто в нем не был. Эти направления развивают предложения исходной работы и помогут уточнить механизмы формирования опыта. На основании имеющихся анкет наиболее обоснованный вывод состоит в том, что развитие парка должно опираться на его образовательный потенциал и связь с исторической памятью, учитывая различия между группами посетителей и сохраняя содержательную глубину военно-исторической экспозиции.

На основе полученных результатов можно сформулировать следующие рекомендации для будущих исследований. В настоящем исследовании были рассмотрены мотивы путешествий отечественных туристов, их уровень коллективной самооценки, эмоциональной активации и удовлетворенности. В дальнейших исследованиях могут быть изучены взаимосвязи между идентичностью, образованием, историей и экономической деятельностью применительно к данной дестинации.

В настоящем исследовании Парк военных трофеев рассматривался в контексте объектов, связанных с конфликтами. В последующих исследованиях аналогичные аспекты могут быть изучены применительно к другим категориям черного туризма. Кроме того, может быть проведен сравнительный анализ мотивации и уровня коллективной самооценки участников, посещавших и не посещавших Музей военных трофеев. Также опыт посетителей может быть подробно исследован с использованием качественного дизайна исследования.

Список использованной литературы:

1. Агакишиева Т.С. (2022). Черный туризм: сущность и перспективное значение на освобожденных территориях Азербайджана (философский анализ) // Innovations and Prospects of World Science: Proceedings of VI International Scientific and Practical Conference, Vancouver, 2–4 February 2022. Vancouver: Perfect Publishing, С. 815–824. Полный текст, с. 815–824.

2. Баюра А.Н., Баюра В.Н. (2011). Развитие военно-исторического туризма в России и Белоруссии [Текст] / А.Н. Баюра, В.Н. Баюра // Вестник 202 Материалы VI Всероссийской научной конференции Брестского государственного технического университета, №6 — С. 15–16.

3. Горошко Н.В., Пацала С.В. (2023). Мрачный туризм как феномен экономики впечатлений // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. № 4. С. 355–373. DOI: 10.15593/2224-9354/2023.4.24.

4. Akyurt Kurnaz H., Çeken H., Kılıç B. (2013). Hüzün Turizmi Katılımcılarının Seyahat Motivasyonlarının Belirlenmesi // İşletme Araştırmaları Dergisi. Cilt 5, sayı 2. S. 57–73.

5. Alili M. (2017). Avrupa'daki ve Türkiye'deki Hüzün Turizmi Destinasyonlarinin Karşilaştirmasi Üzerine Teorik Bir Çalişma // Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi. Cilt 1, sayı 1. S. 38-50.

6. Biran A., Poria Y., Oren G. (2010). Sought experiences at (dark) heritage sites // Annals of Tourism Research. 2011. Vol. 38, no. 3. P. 820–841. DOI: 10.1016/j.annals.2010.12.001.

7. Dunkley R., Morgan N., Westwood S. (2011). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism // Tourism Management. Vol. 32, no. 4. P. 860–868.

8. Foley M., Lennon J.J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination // International Journal of Heritage Studies. Vol. 2, no. 4. P. 198–211. DOI: 10.1080/13527259608722175.

9. Gaberli Ü. (2025). Nagorno-Karabakh from a Dark Tourism Perspective: Re-explore a Region under the Shadow of War // Politik Ekonomik Kuram. Vol. 9, no. 4. P. 1753–1769. DOI: 10.30586/pek.1663377.

10. Guliyeva D. (2022). Hüzün Turizmi Destinasyonları: Azerbaycan Örneği // Atlas Journal. Cilt 8, sayı 47. S. 2693–2699. DOI: 10.31568/atlas.844

11. Gurbanov S. (2026). Hüzün Turizmi: Azerbaycan Turistlerinin Motivasyonu: yüksek lisans tezi. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

12. Luhtanen R., Crocker J. (1992). A Collective Self-Esteem Scale: Self-Evaluation of One's Social Identity // Personality and Social Psychology Bulletin. Vol. 18, no. 3. P. 302–318.

13. Mehrabian A., Russell J.A. (1974). An Approach to Environmental Psychology. Cambridge, MA: MIT Press.

14. Seaton A.V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism // International Journal of Heritage Studies. Vol. 2, no. 4. P. 234–244. DOI: 10.1080/13527259608722178.

15. Stone P.R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions // Tourism: An International Interdisciplinary Journal. Vol. 54, no. 2. P. 145–160.

R.A.Ayazlar
PhD, dosent, Muğla Sıtkı Koçman Universiteti
ORCID 0000-0002-9546-9412
Ş.J.Qurbanov
doktorant, Muğla Sıtkı Koçman Universiteti

Hərbi qənimətlər parkı hərbi-tarixi turizm məkanı kimi: ziyarətçi motivasiyalarının təhlili

Xülasə

Bu məqalədə Bakı şəhərində yerləşən Hərbi Qənimətlər Parkı ziyarətçilərinin motivasiyaları hərbi-tarixi turizm və qara turizm kontekstində araşdırılır. Magistr dissertasiyası əsasında hazırlanan tədqiqatda qara turizmin meydana gəlməsi və Azərbaycanda inkişaf perspektivləri qısa şəkildə nəzərdən keçirilir. Məqalənin əsasını 416 ziyarətçi arasında keçirilmiş sorğunun nəticələri təşkil edir. Tədqiqat çərçivəsində ziyarətçi motivasiyalarının strukturu, emosional münasibət və qiymətləndirmələr, kollektiv özünüdərk, eləcə də müxtəlif sosial-demoqrafik qruplar arasında müşahidə olunan fərqlər təhlil edilir. Nəticələr göstərir ki, özünüreallaşdırma, yeni biliklərin əldə edilməsi və tarixi irslə bağlılıq ziyarətçilərin əsas motivasiyaları sırasında yer alır. Araşdırma, həmçinin göstərir ki, respondentlər üçün Hərbi Qənimətlər Parkı yalnız turizm məkanı kimi deyil, ümumi tarixi keçmişin və milli kimliyin dərk edilməsi ilə əlaqəli təhsil və simvolik əhəmiyyətə malik məkan kimi qəbul olunur. Tədqiqatın nəticələri ziyarətlərin maarifləndirici məzmununun inkişaf etdirilməsinin və müxtəlif auditoriya qruplarının gözləntilərinin nəzərə alınmasının vacibliyini ortaya qoyur.

Açar sözlər: *hərbi-tarixi turizm, qara turizm, Azərbaycan, Hərbi Qənimətlər Parkı, ziyarətçi motivasiyası, kollektiv özünüdərk, tarixi yaddaş.*

R.A.Ayazlar
assoc. prof. dr., Mugla Sitki Kocman University
ORCID 0000-0002-9546-9412
Sh.J.Gurbanov
PhD student, Muğla Sitki Kocman University

The military trophy park as a site of military-historical tourism: an analysis of visitor motivation

Abstract

This study examines the travel motivation of domestic tourists visiting the War Trophies Park in Baku as a site of military-historical tourism. Within the framework of dark tourism, the study investigates visitors' travel motivations, levels of collective self-esteem, emotional arousal, and satisfaction with their visit. A quantitative research approach was adopted, and data were collected through a survey of 416 domestic tourists. The findings indicate that the primary factors motivating visitors to the War Trophies Park are self-fulfillment, learning, and a sense of connectedness. The results also reveal positive levels of collective self-esteem and emotional satisfaction among Azerbaijani tourists. In addition, statistically significant demographic differences were identified in terms of collective self-esteem, emotional arousal, and satisfaction. Based on these findings, recommendations are proposed for tourism practitioners and researchers.

Keywords: *military-historical tourism, dark tourism, Azerbaijan, Military Trophy Park, visitor motivation, collective identity, historical memory.*