

УДК 911.3(47+57)

И.Л. Фёдорова, С.В. Артёменко

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

В статье анализируются главные тенденции развития культурного туризма как одного из наиболее востребованных видов туристской деятельности. Отмечаются общие с другими видами туризма и специфические его особенности. Характеризуются новые направления в развитии культурного туризма – изменения в организации деятельности, продвижении специфического туристского продукта, инновационные эффекты его развития.

Отмечается, что одной из современных черт культурного туризма является его развитие на пограничных территориях, что проявляется в формировании трансграничных туристских регионов (ТТР), функционирование которых основывается на системе трансграничного сотрудничества соседних стран.

Введение

В настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей хозяйства. Он относится к сфере услуг, которая развивается самыми быстрыми темпами. Данная сфера формирует более 9% мирового ВВП, 4,8% общего мирового экспорта товаров и услуг и 9,2% мировых инвестиций. На долю туризма приходится 30% мирового экспорта торговли услугами, около 7% мировых капиталовложений [1]. Анализ тенденций развития туризма и отдельных его видов является важной исследовательской задачей, решение которой позволит создать основы научно обоснованной и эффективной системной туристской деятельности. Традиционный вид туризма – культурный туризм (КТ), является по-прежнему актуальным и востребованным, однако в настоящее время он развивается в новых условиях и по-новому. Главным содержательным элементом проведенного исследования является выявление современных тенденций развития культурного туризма, географических аспектов этого процесса.

Изложение основного материала. Ежегодно в мире происходит *увеличение числа туристов*. Этому способствуют улучшение условий оплаты труда, предоставление рабочим и служащим различных социальных гарантий и льгот за счет предприятий и профсоюзов, увеличение продолжительности оплачиваемого отпуска (благодаря возникновению тенденции деления отпуска на две части, что дает возможность совершать путешествия два раза в год), понижение возрастного порога для выхода на пенсию, повышение культурного уровня и др. Так, если в 1950 г. международные туристские прибытия составили 25 млн, в 1960 г. – 71 млн, в 1970 г. – 169 млн, в 1980 г. – 277 млн, в 1990 г. – 435 млн, в 2000 г. – 675 млн, 2010 – 940 млн, то к концу 2012 г. число туристов во всем мире достигло 1 млрд. человек. По прогнозу к 2020 г. международные туристские прибытия во всем мире составят 1,6 млрд, а к 2030 г. – 1,8 млрд человек.

Благодаря увеличению числа туристов *растут доходы от туризма*. Это связано как с работой туристского комплекса в целом, так и отдельных его компонентов. В большинстве стран поступления от туризма составляют основную статью в бюджете. В развитых странах с многоотраслевыми экономиками, где туризм является отраслью специализации, вклад туризма в ВВП составляет приблизительно от 2% до 10%. Для небольших островных государств и развивающихся стран он может составлять до 25% в некоторых направлениях.

Среднегодовые темпы роста международного туризма составляют в среднем от 4 до 5%. В период 1990–2011 гг. объем доходов от международного туризма вырос с 264 до 1030 млрд долл. США, что составляет 2,8 млрд долл. в день [1].

Туризм оказывает существенное влияние на экономику стран и регионов. Благодаря развитию этой отрасли увеличиваются валютные поступления как в бюджет страны, так и в отдельные ее регионы. Это помогает развивать туристскую инфраструктуру, что еще в большей степени генерирует денежные поступления, способствует развитию социальной сферы и отраслей хозяйства, которые в свою очередь оказывают воздействие практически на все аспекты национальной экономики.

Экономическое значение туризма не ограничивается прямыми финансовыми результатами. Косвенное влияние можно оценить с помощью туристского мультипликатора. Эффект мультипликации представляет собой отношение изменения одного из экономических показателей (занятости, дохода, уровня производства) к изменению величины доходов от туризма, т.е. мультипликатор выражается отношением новых инвестиций (в виде туристских расходов) к изменению уровня производства, доходов, занятости. Туристский мультипликатор позволяет более точно определить воздействие туризма на экономику страны, региона, оценить косвенное влияние на рост благосостояния населения; прогнозировать развитие туризма и смежных отраслей, где за счет мультипликативного эффекта генерируются дополнительные доходы [2]. Обладая мультипликативным эффектом, туризм выступает в качестве катализатора социально-экономического развития.

Развитие туристской инфраструктуры в стране зачастую является главным фактором развития туристской отрасли. Необходимо отметить, что значительную роль в этом играют национальные и иностранные инвестиции. Особого внимания заслуживают иностранные инвестиции, которые играют основополагающую роль в развитии туристской инфраструктуры во многих странах мира (Турция, Египет, страны Карибского, Азиатского регионов и др.). Достаточное количество гостиниц, пунктов общественного питания и бытового обслуживания, развитая транспортная система, индустрия развлечений, розничная торговля, хорошее экскурсионное обслуживание – это то, что формирует имидж страны на рынке международного туризма и приносит быструю прибыль инвесторам. Туризм стимулирует развитие других отраслей и способствует диверсификации экономики. Благодаря этому создаются новые отрасли, которые обслуживают данную сферу.

Развитие туристской отрасли приводит к созданию новых рабочих мест. Туризм способствует росту числа занятых. Большая часть трудовых ресурсов в туризме приходится на гостиничное и ресторанное хозяйство, туристские услуги, а также на смежные отрасли – пищевую, строительную, производство горнолыжного и другого туристского инвентаря. По данным МОТ (ILO) (Международной организации труда) в 2010 г. в мире в индустрии туризма было занято около 235 млн чел. В странах ЕС в индустрии туризма работает около 13 млн чел. [5]. В настоящее время вклад туризма в мировую занятость оценивается в 7–8% от общего числа работающих в мире. По прогнозам UNWTO, к 2019 г. в индустрии туризма будет занято 296 млн чел. Необходимо отметить, что доля занятых женщин в секторе размещения туристов составляет более 50%, из них около 43% занятых в этом секторе имеют возраст до 35 лет. В крупных промышленных странах в туристской отрасли работает только 5% трудоспособного населения. В развивающихся же странах в индустрии туризма создается больше новых рабочих мест, чем в других отраслях экономики [3–5].

Значимую роль в индустрии туризма играет сезонность. В небольших странах более 50% трудоспособного населения вовлечено в деятельность, которая прямо или косвенно связана с туризмом в определенное время года. Как правило, такие страны имели замкнутую экономику и до развития в них индустрии туризма зависели от одного вида экономической деятельности [5].

Важным является и то, что *развитие мировой индустрии туризма сопровождается международными трудовыми миграциями*. Эти миграции объясняются неравномерностью развития национальных рынков туризма и упрощением иммиграционного законодательства в ряде регионов.

В настоящее время практически все страны мира осуществляют регулирование экспорта и импорта рабочей силы. Высокий спрос индустрии туризма на иностранную рабочую силу связан с сезонным характером работ. В сезон число занятых в индустрии туризма возрастает: например, в Австрии почти на треть, в Испании и Италии – наполовину, в Дании – в 2 раза. Во Франции и Германии число занятых иностранцев составляет 25%. Иммиграция является важным источником пополнения рынка труда в индустрии туризма развитых стран. В Западной Европе образовавшиеся в нем ниши низко квалифицированных кадров заполняются в основном благодаря потокам трудовых миграций из развивающихся и восточноевропейских стран, в США – из латиноамериканских стран.

Процесс глобализации в сфере туризма приводит к появлению *новых видов туризма и связанных с ними отраслевых структурных элементов*. Так, в последнее время получили развитие гастрономический, приключенческий, горный, конный, промышленный, военный туризм, кинотуризм, дайвинг, спелеотуризм и другие разновидности туристской деятельности. Это связано с возникновением новых потребностей и расширением спроса на туристские услуги, с применением более совершенных техник и технологий, появлением новых сегментов туристского рынка, повышением роли маркетинга. При этом по-прежнему чрезвычайно востребованными остаются традиционные виды туризма, среди которых – культурный туризм. В некоторых странах культурный туризм относится к числу стратегий, являющихся источниками инновационных продуктов, что стимулирует в них принятие активных мер по изменению позиционирования своего культурного и природного наследия [6].

Как туристская деятельность культурный туризм развивается и трансформируется в русле главных тенденций развития туризма. Вместе с тем изменения и модернизации в нем имеют и специфический характер. К числу наиболее значимых изменений, связанных с культурно-туристской деятельностью следует отнести *изменение статуса этого вида туризма, связанное с приданием ему миссии инструмента мира*, способствующего развитию и сближению народов, воспитанию уважения, терпимости и взаимопонимания. Культурный туризм способствует также укреплению культурных связей и международному сотрудничеству. Этот аспект современного развития данного вида туризма особенно важен в контексте возникновения и осуществления трансграничного взаимодействия культурных сообществ приграничных регионов.

Культурный туризм участвует в *пропаганде культурного наследия*. Конвенция ЮНЕСКО 1972 г. дала расшифровку понятия «культурное наследие», включая в него: памятники (произведения архитектуры, монументальной скульптуры и живописи, элементы или структуры археологического характера и др.); ансамбли (группы изолированных или объединенных строений, чьи архитектура, единство или связь с пейзажем представляют выдающуюся универсальную ценность); достопримечательные места (произведения человека или совместные творения человека и природы, а также зоны, включая археологические достопримечательные места). В Хартии ООН «В поддержку культуры», принятой в Салониках в 1997 г., наследие определяется как совокупность природных и культурных элементов, материальных и нематериальных. Помимо музеефицированных памятников культуры к культурному наследию относят также активную часть жизнедеятельности этноса (старинные технологии, специальные способы деятельности, традиции и т.д.). С этой точки зрения, наследие – часть культурного ландшафта территории. Культурный туризм дает возможность человеку познать сущность и

особенности культурного наследия не только мирового, но и регионального и локального уровней значимости, осознать необходимость его сохранения и развития в новых культурных формах. Это перемещает культурное наследие из сферы преимущественно декоративного элемента жизни общества в базовую ценность современной цивилизации. Памятники природы, истории и культуры, составляющие весомую долю в культурном и природном наследии мира, поддерживают природное и культурное многообразие планеты и вносят существенный вклад в устойчивое развитие страны и человеческой цивилизации в целом.

Объекты культурного наследия являются объектами показа в культурном туризме, который, используя различные средства, привлекает к ним интерес, популяризирует их значимость, тем самым расширяя кругозор туристов. Это способствует распространению идей просвещения и культуры, включению объектов наследия в образовательные программы и проекты, расширению списка таких объектов.

Новыми тенденциями в развитии культурного туризма являются изменения в организации деятельности, продвижении специфического туристского продукта, а также инновационные эффекты его развития.

В организации деятельности в культурном туризме в последние десятилетия произошли существенные трансформации. Культурный туризм стал *концентрироваться в городах*. Так, например, в начале XXI ст. рост туристских посещений городов составил 12%, при этом в значительной степени этот рост обеспечивался усилением с начала 90-х годов интереса к средним и малым городам, которые до того времени не развивались как туристские дестинации. М.Д. Сущинская отмечает, что данная тенденция связана с распространением, во-первых, дешевых и повсеместных предложений на рынке транспортных услуг, в том числе авиатранспортных, и, во-вторых, коротких по срокам, но частых, перерывов в работе. Учитывая, что в течение коротких каникул посетители могут ознакомиться, получая от этого удовольствие и удовлетворение, только с весьма ограниченным по местоположению спектром достопримечательностей (например, расположенных в историческом центре города или даже его отдельной части), небольшие города начинают составлять серьезную конкуренцию традиционным лидерам городского туризма – крупным городам, часто столицам государств [7].

Особенностью развития культурного туризма в городах является то, что достопримечательности, ориентированные исключительно на использование результатов производства культурных образцов прошлого (в виде наследия), уступили место *творческой деятельности и использованию городского пространства*. Одним из проявлений данной тенденции является «фестивализация» городов через рост числа и разнообразия культурных событий фестивального характера, приспособление и адаптацию городских территорий для целей культурного туризма, конструирование специальных городских культурно-этнических и культурно-креативных кварталов. Это приводит к заметным трансформациям городской среды, функционального зонирования территорий городов.

В культурном туризме происходит относительное снижение значения материальных культурных ресурсов, относящихся к культурному наследию (музеев, памятников архитектуры и т.п.), которые ранее доминировали в мотивации туристских посещений. Туристский потенциал дестинации все в большей мере определяется *уникальностью его повседневности*.

В организации деятельности в культурном туризме достаточно четко проявляется тенденция к *индивидуализации*, что связано с ростом многообразия туристских предпочтений. Это усложняет содержание туристских программ и предъявляет новые требования к реализации туристского продукта.

Важной чертой развития современного культурного туризма является *усиление значимости внутреннего потребления его продукта*. Национальный и региональный его рынки развиваются динамичнее, чем рынок потребления иностранными туристами [7].

К качественным изменениям в рассматриваемом виде туризма следует отнести *повышение культурного уровня содержания тура*. В программу тура, даже при организации краткосрочной экскурсии или специализированного тура, включается знакомство с местными культурными достопримечательностями. Это способствует сохранению, рациональному использованию и продвижению культурного, исторического и природного наследия, а также *формированию нового потребителя в культурном туризме*. Во-первых, у современного потребителя существует много источников впечатлений: это виртуальное пространство, где очень много возможностей для формирования впечатлений и даже возможность постигать этот мир путем смены собственных ролей и перевоплощений. Но виртуальный мир не может заменить реальный мир, а виртуальное пространство не может сделать бесполезным географическое пространство. Во-вторых, во всем мире растет уровень образованности, а значит, турист становится более грамотным и избирательным. В-третьих, современные средства передвижения позволяют человеку лично стать очевидцем самых значимых и просто ярких событий в мире. В-четвертых, современный культурный посетитель может одновременно выбирать и совмещать популярную, высокую и традиционную культуру.

Экономическое, социальное и культурное развитие общества влияет на туристский спрос, увеличивая число поездок и экскурсий. Однако значительный рост посещений культурных достопримечательностей туристами свидетельствует не только и даже не столько о распространении специальных интересов в культурной сфере, сколько о совмещении этих посещений с другими видами туризма.

Посещение культурных достопримечательностей всё заметнее становится не функцией знания, а функцией развлечения. По данным UNWTO, развлечения как основной мотив путешествий превосходят по значимости туристско-экскурсионные программы, именно «развлекательные» посещения играют все более значительную роль в европейской индустрии туризма. Это приводит, в частности, к широкому распространению «псевдокультурных» достопримечательностей (искусственно созданные имитации), так как настоящие (аутентичные) недостаточно «зрелищны» или территориально разбросаны, для того чтобы привлечь туриста. Так, например, по оценкам итальянских исследователей, Диснейленд, построенный во Франции, в течение года посещает больше людей, чем Лувр, музеи Ватикана, Прадо и Дрезденскую галерею вместе взятые [7].

Существенные изменения происходят в технологиях и ресурсной базе культурного туризма. Новые технологии существенно расширили и разнообразили возможности туристской деятельности. Среди таких технологий – инсценировки событий, мифологизация туристских ресурсов, системный подход к уникальным и историческим территориям.

Инсценировка событий как направление в культурном туризме стало играть роль своеобразного двигателя в пробуждении интереса общественности к культуре и содействовать росту культурно-туристического спроса. Мировая практика развития данного направления показывает, что участие туриста в разного рода инсценированных мероприятиях побуждает его вновь принять участие в таком мероприятии. Это может быть участие в реконструкции исторических событий, всевозможных обрядах, доиндустриальном производстве и т.д., что позволит туристу окунуться в другую эпоху. Данное направление хорошо развито, например, в США, где созданы специальные тематические парки, в которых каждый турист может примерять на себя ту или иную роль.

Мифологизация туристских ресурсов (мифологизация места) способствует привлечению туристов к (материальным) объектам, которые имеют ограниченные возмож-

ности использования или не используются вообще. Мифология (мифологизация) туристских ресурсов – это создание мифологических (нематериальных) туристских ресурсов, эксплуатация которых приносит доход туристской индустрии. Основным элементом мифологизации туристских ресурсов является мифотворчество, в котором должны участвовать представители разных профессий: научные работники, писатели, краеведы, художники, историки, религиоведы, культурологи, известные личности и т.п. Под мифом понимается устойчивое представление, возникающее в сознании человека специфическим образом. Реанимация старых и создание новых мифов рассматриваются как условия появления уникального ресурсного потенциала территории, формирования систем новых туристских мест и объектов и, главное, как основа для разработки туристских брендов территории [8].

Важным элементом современных подходов к деятельности в культурном туризме является *переход от ориентации на демонстрацию отдельных памятников к созданию системного подхода к уникальным и историческим территориям* [9]. Такая территория может быть определена как особый целостный пространственный объект, где в традиционной природной и социокультурной среде находятся памятники истории и культуры исключительной ценности и значимости. Уникальность подобных территориальных объектов наследия заключается в том, что они несут в себе информацию, которая может быть сохранена и интерпретирована только в их пределах, при этом ее носители неразрывно связаны, проявляют себя и не подлежат перемещению, т.к. существуют только в границах конкретной территории. Уникальная историческая территория выполняет определенные функции – сохранение природных и культурных ценностей, образование и воспитание через демонстрацию, возрождение исторических технологий (в том числе экологического природопользования) и возрождение культурной традиции.

Основными результатами в преобразовании деятельности в культурном туризме являются: взаимопроникновение и изменение культур, возникновение новых видов культурного туризма, рост посещений культурных достопримечательностей, формирование качественно новых условий потребления туристского продукта.

Интерес к культурному туризму в последние два десятилетия привел к *миксации культур*, а следовательно, к их трансформации. Эта тенденция имеет как отрицательные стороны (изменение, а иногда и утрата традиционной (аутентичной) культуры), так и положительные (позволяет разнообразить туристскую деятельность посредством включения новых элементов чужой культуры в уже сложившуюся).

Так как роль культурного туризма в жизни общества возрастает, возникла необходимость создания новых его видов: гастрономический, городской культуры, археологический, этнографический, этнический, промышленный, музейный и др. В тоже время осуществляется преобразование уже существующих, традиционных форм культурно-туристской деятельности.

Благодаря интенсивному развитию туризма возникает *необходимость вовлечения в эту деятельность новых территорий*. Увеличение числа туристов, их новые потребности и интересы, «старение» туристского продукта определяют стремление разнообразить условия туристской деятельности. Появление новых туристских территорий может быть связано с выявлением не известных ранее исторических фактов, с археологическими исследованиями, изменением статуса территории и т.п. К последним могут быть отнесены территории с экстремальными природными условиями, труднодоступные, малоисследованные. Особый их вид образуют приграничные зоны, которые на протяжении длительного времени в силу своей закрытости были недоступны для туристов.

Очевидно, что такие территории необходимо адаптировать к туризму – открыть их для посещения туристами (в т.ч. иностранными), развивать соответствующие инфраструктуру и маркетинговую систему, формировать толерантный менталитет мест-

ных жителей. Все это приводит к изменению территориальной структуры хозяйства и расселения, развитию организационной и пространственной структур туризма. Кроме достаточно распространенных форм территориальной организации туристской деятельности, представляющих собой территориальные туристско-рекреационные системы различного уровня (от локального до регионального), в зонах пограничья формируются специфические, интегральные по составу территориальные туристские системы – трансграничные туристские регионы (ТТР). Такие образования возникают в результате формирования трансграничных регионов, системы трансграничного сотрудничества в них и уникального регионального туристского продукта.

Границы могут разделять как страны и регионы с общей культурой, так и с различными культурными традициями. Трансграничное сотрудничество в сфере культурного туризма сближает их, расширяя обмены между приграничными сообществами людей с разным этническим, культурным, религиозным и лингвистическим происхождением, содействуя тем самым социальной и культурной интеграции, взаимному доверию и культуре толерантности, что может самым благоприятным образом способствовать предупреждению конфликтов.

Развитие культурного туризма на смежных приграничных территориях, формирование ТТР позволяет преодолеть тенденцию этноцентризма в туристской деятельности. Этноцентризм связан с ксенофобией – страхом и неприязнью к чужим взглядам и обычаям. Его развитие проявляется в распространении суждений о других культурах с позиции превосходства своей собственной [10]. Развитие культурного туризма помогает решать эти острые проблемы, формируя особые (часто уникальные) культурные условия для ослабления барьеров не только политических, но и культурных, ментальных.

Создание трансграничных туристских регионов позволит также актуализировать и решить вопросы сохранения культурного наследия пограничья. Большое число объектов культурного туризма в приграничных регионах в настоящее время по различным причинам исключено из числа объектов показа для туристов. Привлечение к ним внимания, включение в туристские культурные маршруты даст возможность их сохранить, восстановить наиболее ценные свойства и характеристики, заинтересовать специалистов и любителей культурных ценностей.

Выводы

Анализ основных тенденций развития культурного туризма показывает, что данный вид туризма развивается в русле глобальных процессов, характеризующих современное состояние этого вида деятельности. Вместе с тем специфической особенностью культурного туризма сегодня является приобретение им статуса инструмента мира и пропагандиста ценностей культурного наследия.

Новыми тенденциями в развитии культурного туризма являются изменения в организации деятельности, продвижении специфического туристского продукта, а также инновационные эффекты его развития: сочетание культурной и развлекательной функций, использование новых технологий, формирование системного подхода к использованию объектов и территорий, расширение «географии» деятельности, концентрация ее в городах и др.

Одной из современных особенностей культурного туризма является его развитие на пограничных территориях, что проявляется в формировании трансграничных туристских регионов, функционирование которых основывается на системе трансграничного сотрудничества соседних стран, центральным элементом которой является деятельность в сфере культурного туризма.