
Раздел 1.
**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ
РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

*П. Е. Юдин**

**КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ
И ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ
В МИРОВОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

В эпоху глобализации культурно-познавательный туризм является важной формой непосредственного познания, выступающей альтернативой виртуализации и способствующей росту культурной компетентности и позитивной идентичности в обществе.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, культурное наследие, культурная компетентность, позитивная идентичность.

Глобализация, информатизация и постиндустриализм коренным образом изменили статус культурного наследия и культурного туризма. Исследование культурного наследия и сфер его использования в туристских практиках актуально с точки зрения эффективности реализации культурной политики в России. Если ранее туризм был формой времяпровождения досуга, то сейчас он превратился в культурную индустрию, активно использующую потенциал культурного наследия.

Нередко туризм рассматривается как форма организации досуговой деятельности [5, с. 10], однако более перспективным в современных условиях представляется изучение туризма как проблемы социализации, как способа совершенствования и развития личности с помощью использования культурной коммуникации. Дефиниция «культурный туризм» основана на корреляции понятий «культура» и «туризм», на определении культурного туризма как способа потребления реципиентами культурного продукта (М. Драгичевич-Шешич и Б. Стойкович [6], С. А. Красная [8], Р. Прентис [12] и др.)

В современной гуманитарной науке отечественная научная традиция связывает понятие «культура» с духовными практиками, а западная – с социально-этнографическими проявлениями поведения [18, с. 29]. В рамках отраслевого подхода к культуре «культурный туризм» предстает формой «культурного воспроизводства» [19, с. 56], включающей в себя

* ЮДИН Павел Евгеньевич, заместитель директора – руководитель центра международных и региональных программ историко-культурного и природного наследия Российского института стратегических исследований, г. Москва, Россия. Электронная почта: yudin75@bk.ru.

потребление искусства, фольклора и других проявлений культуры [19, с. 58].

Всемирная туристическая организация прогнозирует удельный вес культурного туризма на 2020 г. в объеме 25% от общих показателей мирового туризма [20, с. 139]. Потенциал России в этой сфере значителен – порядка 40 млн. туристов в год, что в 5 раз больше чем в настоящее время [14]. Причем индустрия культурного туризма также является средством экономического воспроизводства, поддержания объектов культурного наследия в должном состоянии, культурной социализации населения. Этот потенциал культурного туризма как двигателя воспроизводства все чаще используют современные государства [9].

Познание органично включено в культурный туризм как одна из фундаментальных и главных форм отношения человека к миру. Примечательно, что Европейская ассоциация по образованию в сфере туризма и отдыха в качестве ведущего свойства культурного туризма часто указывает обучение [2, с. 18]. Если путешествие совмещено с освоением обучающей программы, то оно получает определение культурно-образовательного туризма [17]. В такой форме он может тесно сочетаться с другими видами туризма – религиозным, этнографическим, экологическим. Развитие образовательных программ в контексте болонского процесса предусматривает широкое распространение международного культурного обмена в форме академической мобильности, стажировок. Образовательные международные контакты являются как формой познавательной деятельности, расширения эрудиции, кругозора, так и средством гуманитарного сотрудничества, ведущего к формированию инклюзивной культуры и позитивной идентичности.

Различные фонды, грантовые организации, европейская программа «Erasmus Mundus» создают условия для академического обмена. Самые распространенные виды культурно-образовательного туризма – это языковые программы, летние школы, курсы при университетах, проживание в семье носителей языка и др. Часто это является прерогативой молодежи. Туры, таким образом, не только комбинируют обучение с культурно-экскурсионной программой, отдыхом и развлечением, но и расширяют культурные компетенции (приобретение навыков верховой езды, бальных танцев, игры в гольф, теннис и пр.).

Кроме того, культурный туризм является средством самоопределения личности в условиях роста культурного многообразия. Рост культурного многообразия в привычной системе идентичности означает рост культурологических лакун в обществе, так как традиционная идентичность основана на противопоставлении «Мы» – «Они» [4]. Одна из главных проблем, которая возникла на постсоветском, европейском и мировом уровне, – это культурное многообразие и управление им на

пространстве СНГ, Европы, Кавказа, других регионов и мира в целом. Следствием этих трансформаций стали новые «правила игры», определяемые рынком, глобализацией, информатизацией, этнобумом и другими причинами. В правовом аспекте эта ситуация в цивилизованном обществе опирается на культурные права, на равенство всех культур: все культуры, все языки, все народы равноправны с точки зрения принципа культурного разнообразия. С другой стороны, равенство прав означает, что единственным поиском истины, в том числе истинных ценностей, становится межкультурный диалог. В этом случае общая форма культуры как на глобальном, так и на региональном уровне должна приобрести форму инклюзивной культуры. В связи с этим можно говорить о культурном туризме в его различных формах как способе повышения межкультурной компетенции [11]. Это состояние вызревает в ходе погружения в «чужую» культуру, ее смыслового постижения. На этой основе личность расширяет свои знания, пополняет и корректирует свои убеждения. Культурно-образовательный туризм можно также рассматривать в качестве важнейшей составной части процесса межкультурного диалога, в частности, как «приближение массового потребителя к высоким образцам мировой культуры» [10, с. 42]. Он открывает широкие возможности для самоопределения личности в современных условиях.

Современное общество развивает не только средства опосредованного, но и непосредственного познания через структуры повседневности. Еще раз подчеркнем то качество познавательного процесса, которое характерно для туризма и не может быть восполнено ни вербальной лекцией в аудитории, ни использованием компьютерных 3D технологий, ни применением мультимедиа. Познавательный процесс в культурном туризме обладает достоинством непосредственной чувственной достоверности. В обществе глобализации такую роль выполняет познавательный туризм, который является одним из ведущих способов расширения кругозора о «чужой», «иной», «инородной» культуре. С другой стороны, этот вид туризма обладает свойством развлекательности, несет в себе чувственные наслаждения и удовольствия. Для молодежи такое сочетание может казаться особенно знаменательным. Однако главный мотив такого туризма определяется направленностью на познание мира, себя и других людей. Культурный туризм породил новую мировую среду существования личности, а также новые стереотипы культуры, правила и формы поведения, новый тип подвижной, многомерной, креативной личности.

Наконец, культурно-познавательный туризм, основой которого является природное и культурное наследие, выступает ресурсом самопрезентации социума и российского государства в целом. Другими словами, следует подчеркнуть связь культурного туризма с таким

сложным процессом, как культурная трансляция и культурная самопрезентация общества.

Проблема культурного образа (имиджа) России в мировом информационном пространстве имеет существенное значение. Дело в том, что в современных условиях формирование социальной реальности или ее образа происходит с помощью масс-медиа. Вдвойне это значимо для виртуальной среды, для Интернета. Однако презентация в Сети может происходить очень усеченным способом: так, популярный образ России часто представлен клишированными стереотипами: Достоевский, Распутин, мороз, Сталин, русская водка и т. д. В лучшем случае из современной культуры – группа Тату. Поэтому создание виртуальных самопрезентаций как страны в целом, так и отдельных сфер ее культуры – это особая область деятельности по созданию адекватной картины русской культуры.

Для туризма брендинг культурного наследия региона, города имеет особое значение. В качестве примеров профессионалы приводят Уэльс, который закрепил за собой бренд «гольф-курорт», и городок Мышкин в российской глубинке, где удачно обыгрывается «мышьяная» тема. Отсутствие же бренда региона размывает сущность туристического предложения [16]. Культурное наследие (как и географические, экономические и исторические особенности, легенды и современные событийные мероприятия) должно стать основой для создания определенного имиджа территории [1]. Также разнообразие культурного наследия, сконцентрированное на определенной территории, во многом влияет на специализацию и развитие соответствующих видов туризма. Как подчеркивают специалисты, существует определенная корреляция между содержанием культурного наследия, его насыщенностью и культурным образом региона. Так, Е. Н. Сапожникова считает, что «чем больше видов искусств представлено на каждой территории, чем больше сформировалось, сложилось жанров, художественных направлений, чем больше на ней памятников истории и культуры, принадлежащих к разным стилям, тем значительнее культурное наследие... народа» [15, с. 110]. В этом случае и сам процесс освоения культурного пространства становится более концентрированным. Эксперт туристической индустрии М. Л. Гунаре также подчеркивает, что «богатое в культурном отношении место должно иметь критическую массу культурных событий – от одноразовых фестивалей до регулярной деятельности культурных организаций» [3, с. 18].

В эпоху глобализации проблема репрезентации образа России имеет международное значение, прежде всего, среди объектов Всемирного культурного наследия. Ведущая роль в координации и стандартизации культурной и туристической деятельности во всем мире принадлежит ЮНЕСКО и ВТО. Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия была принята на XVII сессии Генеральной

конференции ЮНЕСКО 16 ноября 1972 г. и вступила в силу 17 декабря 1975 г. Основная ее цель состояла в привлечении сил мирового сообщества для сохранения уникальных объектов культуры и природы. В 1975 г. Конвенцию ратифицировало 21 государство, за 25 лет ее существования к ней присоединилось еще 137 государств. Для повышения эффективности работы Конвенции в 1976 г. были образованы Комитет и Фонд всемирного наследия. Спустя два года первые культурные и природные объекты были включены в Список всемирного наследия – своеобразный фонд выдающихся памятников культуры и природы. Принципы сотрудничества в области культуры и туризма нашли свое отражение в декларациях, принятых в Маниле (1980) и Мехико (1981). К началу 2005 г. Список включал уже 149 природных, 582 культурных и 23 природно-культурных объекта из 129 стран мира. Всего 15 объектами представлен образ России. Наиболее широко представлены Италия и Испания – более 30 объектов, Америка и Австралия лидируют по числу наиболее богатых природными объектами территорий – 10 и 9 соответственно.

По состоянию на конец 2013 г., в Списке всемирного наследия ЮНЕСКО числился 981 объект на территории 160 стран. В числе этих объектов были: объекты культурного наследия – 759, природного наследия – 193, культурно-природного наследия – 29. Первая десятка стран по числу объектов наследия выглядела следующим образом: Италия – 49, Китай – 45, Испания – 44, Франция – 38, Германия – 38, Мексика – 32, Индия – 30, Великобритания – 28, Россия – 25 и США – 21.

Таким образом, в Списке всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО, включающем почти 1000 объектов, природно-культурное пространство России представляют всего 25 (из них 15 – объекты культурного наследия и 10 – природного) [13]. Это не соответствует огромной площади нашей страны, разнообразию природной среды, древней и славной истории, а главное – ее вкладу в мировую культуру. При этом объекты природного наследия преимущественно представлены азиатской частью страны, а культурного – европейской. Между тем на просторах Сибири ряд культурно-исторических объектов древнее, чем объекты Нового Света, а природные ландшафты Севера европейской части, Урала, Северного Кавказа представляют не меньшую ценность, чем американские объекты, которые вошли в список ЮНЕСКО.

Как видим, создание адекватных, достойных, продвинутых образов / имиджей отечественной культуры и культурного наследия имеет характер актуальной политической задачи. В связи с этим обратим внимание на то, как фундаментализировалось и расширилось понятие культурного наследия за последнее десятилетие. Оно включает в себя переход от охраны отдельных объектов к охране масштабных и комплексных территорий – городских ландшафтов, сохранение не только выдающихся памятников, но и районов исторической застройки в целом, включение в

состав памятников объектов XX в. (советская застройка), защиту как материального, так и нематериального наследия, превращение культурного наследия в элемент повседневной жизни города [7].

Подводя итоги вышеизложенному, необходимо отметить следующее:

– развитие культурно-познавательного туризма способствует формированию инклюзивной культуры, которая обогащает собственную культуру содержанием «иной» культуры и порождает свойства позитивной идентичности;

– развитие культурно-познавательного туризма как формы непосредственного познания, альтернативной тенденции виртуализации, порождаемой влиянием информационно-компьютерных технологий, компенсирует оторванность от так называемой константной реальности;

– развитие культурного туризма как формы непосредственного знания способствует повышению культурной компетентности личности и заполнению культурологических лакун (различий в коммуникации);

– согласно культурологической парадигме социального воспроизводства, создание креативных кластеров на современных территориях связано с брендингом и использованием потенциала и ценностей культурного наследия;

– кодифицирование предметов культурного наследия Российской Федерации как объектов с особым культурным статусом (всемирным, международным и пр.) имеет особое значение для формирования позитивного имиджа России в культурном пространстве глобализации.

Использованная литература:

1. Баранов С. И., Васильева Е. А., Гунаре М. Л. ИДВ / МІСЕ: опытное проектирование: хрестоматия. СПб.: Паблик Про, 2009.

2. Гордин В. Э., Сущинская М. Д., Яцкевич И. А. Теоретические и практические подходы к развитию культурного туризма // Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI в. СПб: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2001. С. 134–161.

3. Гунаре М. Л. Культурное наследие и маркетинг туристских территорий // Time for MICE. Время встречи. 2009. № 1.

4. Данильченко Т. Ю., Гриценко В. П. Логические особенности культурно-цивилизационных лакун / Т. Ю. Данильченко, В. П. Гриценко // Культурная жизнь Юга России. 2012. № 4. С. 7–9.

5. Доронкина Е. Г. Проблемы осознания сущности досуга // Социально-культурная деятельность: поиски, проблемы, перспективы: сб. ст. М.: Московский гос. ун-т культуры, 1996. С. 5–14.

6. Драгичевич-Шешич М., Стойкович Б. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг. Новосибирск: Тигра, 2000.

7. Защита культурного и исторического наследия и регенерация городской среды [Электронный ресурс] // Проект «Российский дом будущего» URL: <http://www.rusdb.ru/gorod/expo-cultnasledie/culture/> (дата обращения 06.03.14).

8. Красная С. А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития: автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2006.

9. Мексика инвестирует в туризм больше, чем в оборону и здравоохранение [Электронный ресурс] // Новости Mail.ru. URL: <http://news.mail.ru/economics/18101886/> (дата обращения 06.03.14).
10. Морозова И. В. Взаимодействие культур и образовательный туризм // Туризм и культурное наследие: межвуз. сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратовского гос. ун-та, 2002. Вып. 1. С. 30–34.
11. О стратегических направлениях культурной политики в странах СНГ: аналитический доклад // Государственная служба. 2010. № 1. С. 68–73.
12. Прентис Р. Опыт становления и развития культурного туризма. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2001.
13. Российские объекты Всемирного наследия [Электронный ресурс] // Российский научно-исследовательский ин-т культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачева. URL: <http://www.heritage-institute.ru/index.php/rus-objects> (дата обращения 06.03.14).
14. Распоряжение Правительства Российской Федерации «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г.» от 31.05.2014 № 941-р [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <http://www.rg.ru/2014/06/09/turizm-site-dok.html> (дата обращения 06.03.14).
15. Сапожникова Е. Н. Страноведение: теория и методика туристского изучения стран. М.: Академия, 2008.
16. Туризм в России: конкурентоспособность и возможности для развития [Электронный ресурс] // Туристический вестник. URL: <http://www.tourvest.ru/articles/article0013/> (дата обращения 06.03.14).
17. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал «ГАРАНТ.РУ». URL: <http://base.garant.ru/136248/1/> (дата обращения 06.03.14).
18. Флиер А. Я. Культурология для культурологов. М.: Академический проект, 2000.
19. Hospitality, Tourism and Leisure Management: Issues in Strategy and Culture / ed. by M. Foley, J. J. Lennon, G. A. Maxwell. London: Cassell, 1997.
20. Tourism: 2020 Vision. Vol. 7: Global Forecast and Profiles of Market Segments. World Tourism Organization, 2001.

Cultural Tourism and Problems of the Formation of the Russia's Image in the Global Information Space

YUDIN Pavel E., Deputy Director – Head of the Center,
Center for International and Regional Programs of Cultural and Natural Research
Russian Institute for Strategic Research, Moscow, Russia
E-mail: yudin75@bk.ru

Cultural tourism is an important form of direct knowledge in the age of globalization, virtualization and serving alternative growth promoting cultural competence and positive identity in society.

Keywords: *cultural and educational tourism, cultural heritage, cultural competency, positive identity.*