

RAR

УДК 008

ББК 71

DOI 10.34685/NI.2026.83.39.002

КУЛЬТУРНО-СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ: УНИВЕРСАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ УНИКАЛЬНОГО ПУТЕШЕСТВИЯ

Столбов Дмитрий Александрович,
соискатель кафедры философии и культурологии
Челябинского государственного института культуры,
ул. Орджоникидзе, 36А, корп. 3, Челябинск, Россия, 454091,
stolbov77.77@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена осмыслению культурно-событийного туризма – как в теоретической проработке концепта, так и в определении его действенной, функциональной природы. Сопоставляются позиции авторов, предлагающих рассматривать различные характеристики событийности мероприятий. В качестве уникальной составляющей культурно-событийного туристического предложения рассматривается самобытность культурной среды территории, идентичность того или иного культурного ландшафта, конкретизированная через культурное наследие, народное творчество, знаковые мероприятия-события в сфере художественной культуры и искусства.

Ключевые слова

Туризм, культура, культурно-событийный туризм, мотивация туристов, универсальные смыслы и ценности.

В условиях современных реалий, поставивших под сомнение декларируемую некогда открытость границ, переосмысление вопросов глобализации (больше обнажившей отличия, чем приблизившей мир к мультикультурализму) — развитие внутреннего туризма видится одной из наиболее важных и динамично развивающихся отраслей, приносящих доход локальной культуре. Туризм оказывает стимулирующее влияние на самые разные сферы жизни территорий, создаёт значительное количество рабочих мест, способствует межнациональному и межкультурному общению. Но, пожалуй, самое главное — влияет на сохранение и развитие культурного потенциала, так называемого культурного кода народа, выступает определяющим компонентом локальной идентичности.

Осознав, что туризм становится существенным элементом повышения социально-экономического развития и маркером имиджевой выраженности территории, регионы Российской Федерации активно включаются в работу по развитию туристической отрасли (государственные органы и учреждения, отвечающие за развитие туристической индустрии, кадровая специализация и профильные программы поддержки, увеличение инвестиций, работа с аудиториями). Культурологи О. Н. Астафьева и А. Ю. Смирнова оценивают туризм в качестве определяющего компонента как комплексной межотраслевой стратегии совершенствования региональной культурной политики (в частности авторами отмечаются инициативные проекты создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа

в различных регионах страны: «Байкальская гавань» в Республике Бурятия, «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае, «Завидово» в Тверской области, «Ворота Байкала» в Иркутской области и Северо-Кавказский туристский кластер), так и одной из приоритетных отраслей экономики в целом: «не просто обладающей потенциалом генерировать положительные социальные и экономические эффекты, но и способной выступать стратегически важнейшим ресурсом национального развития»¹.

Эта здоровая конкуренция по наращиванию символического капитала территорий как мест посещения, способствует не только удовлетворению прямого туристического запроса — усложнённого сегодня за счёт дифференциации видов туризма (религиозно-паломнический, культурно-познавательный, спортивный, рекреационный, лечебно-оздоровительный и другие), но и обеспечивает развитие сопутствующих секторов и сфер жизни, совершенствование инфраструктурной базы регионов. На фоне этого разнообразия особая роль, на наш взгляд, отводится культурно-событийному туризму, с наибольшей очевидностью воплощающему специфику локальной идентичности места. Нам близка позиция А. Ю. Смирновой, обосновывающей существование модели кластерной политики в сфере туризма за счёт акцентированного внимания к культурному туризму как виду социокультурной деятельности, сущностно выходящему за пределы практики потребления и неразрывно связанному с культурным наследием: «Так, культурный туризм становится не просто видом хозяйственной деятельности, посредством развития которой органы власти стремятся преодолеть социально-экономические вызовы, но и сферой воспроизводства и продвижения культурной идентичности, оказывающей влияние на формирование благоприятной социокультурной среды региона»².

Действительно, именно ресурс культуры сегодня видится в качестве конвертируемо-

го капитала, обеспечивающего максимальную узнаваемость и уникальность туристического предложения за счёт самобытных региональных брендов. В качестве примеров событий, ставших «визитной карточкой» территорий, можно назвать Гастрономический фестиваль «Малина» в Рязанской области в селе Новосёлки Рыбновского района, места которого всегда славилась обильными урожаями малины, за что его называют столицей малинового царства; «Рождественский фестиваль искусств» в г. Новосибирске — самый крупный международный форум культуры за Уралом, программа которого включает разнообразные виды искусства: драму, балет, музыку, живопись, прикладное искусство; «Международный фестиваль спорта ecoFest Ruskeala» — мероприятие, ставшее легендой событийного туризма Карелии; фестиваль-конкурс творческих дарований «Большая Перемена» на Чёрном море в г. Туапсе, где творческие коллективы и солисты без возрастных и жанровых ограничений могут принять участие в фестивале и хорошо отдохнуть на популярном Черноморском курорте; Музыкальный фестиваль «Голосящий КиВиН» в Калининградской области — яркое событие, которое традиционно собирает в Светлогорске лучших представителей «Клуба весёлых и находчивых»; Международная встреча воздухоплавателей в городе Великие Луки Псковской области, ведущая свой отсчёт с 1996 года; туристский мото-фестиваль «Балтик Ралли» в Ленинградской области в г. Выборге — оригинальная зона авторских мотоциклов, где любой желающий может покататься на необычном транспорте и пройти тест скорости на специальном стенде; «Imandra Viking Fest» в г. Мончегорске Мурманской области — крупнейший летний фестиваль под открытым небом для всей семьи, где каждый сможет отправиться в путешествие по миру викингов.

Очевидно, что культурно-событийная составляющая путешествия, как справедливо отмечают О. Н. Астафьева и А. Ю. Смирнова³ могут и должны рассматриваться региональными субъектами культурной политики в качестве перспективных «точек роста» и повышения узнаваемости реги-

1 Астафьева, О. Н. Культурный туризм как ресурс социально-экономического развития российских регионов / О. Н. Астафьева, А. Ю. Смирнова // Мир русскоговорящих стран. — 2023. — № 4(18). — С. 120.

2 Смирнова, А. Ю. Модели кластерной политики в сфере культурного туризма: концептуальные основания межведомственного взаимодействия // Общество: философия, история, культура. — 2024. — №12. — С. 413.

3 Астафьева, О. Н. Культурный туризм как ресурс социально-экономического развития российских регионов / О. Н. Астафьева, А. Ю. Смирнова // Мир русскоговорящих стран. — 2023. — № 4(18). — С. 123.

онов. На фоне этой востребованности с не меньшей очевидностью актуализируются попытки исследователей-культурологов выйти к содержательной проработке концепта «культурно-событийный туризм».

Культурно-событийный туризм и культура как событие

Событийное направление в туристической индустрии давно является предметом изучения исследователей. В предложенных разными авторами трактовках, при общей отсылке к поиску событийного повода, разнятся определяющие характеристики этой событийности: общественные мероприятия культурной или спортивной жизни у О. В. Алексеевой⁴, уникальные туры, сочетающие традиционный отдых и участие в зрелищных мероприятиях, у А. В. Бабкина⁵, общественные события и редкие природные явления у Е. А. Лакомова⁶ и иных авторов⁷.

Большинство авторов обращаются к детализации направленности проводимых мероприятий: политические и государственные события, события в области образования и науки, события в искусстве и развлекательные, социальные, спортивные события и конкурсы, частные события, культурные торжества⁸; международные выставки и ярмарки, спортивно-событийный туризм, фестиваль туризм, конгрессный туризм⁹; национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра, гастрономические фестивали, фестивали и выставки цветов, модные показы, аукционы, фестивали

музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события, международные технические салоны и другие.

Сферы проведения событийных мероприятий для привлечения туристов и зрителей могут быть самыми разнообразными: культура, спорт, образование, экономика, торговля, промышленность, что, на наш взгляд, соответствует представлению о событийности туризма, но не в полной мере отражает специфику культурно-событийной направленности.

Обратимся к воззрениям О. В. Соболевой — автору, комплексно исследовавшему феномен культурно-событийного туризма¹⁰. Она разводит понятия культурно-познавательный и культурно-событийный туризм, подчёркивая, что ко второму типу могут относиться лишь «уникальные и необычные объекты», не сводимые к текущей работе учреждений и институций. Таким образом, можно говорить о том, что культурно-событийный туризм ориентирован на специальные события и мероприятия, предполагающие в своём замысле и воплощении функцию привлечения туриста за счёт нетипичного (не отождествляемого с рутинной работой) культурного контента. Ориентируясь на данную позицию, культурно-событийный туризм можно представить как направление туристической деятельности, предполагающее обязательность наличия в туристическом маршруте мероприятий, характеризующихся как «специальное событие» (целенаправленно продвигаемое институциональными субъектами и осознанно избираемое туристами по принципу ключевой мотивации посещения территории проведения), субъективно ассоциирующееся с впечатлениями и эмоциями, определяемыми в категориях уникальности.

И если речь идёт о культурно-событийной направленности туристического путешествия, то здесь мы можем выделить в качестве такой уникальной составляющей то, что определяет самобытность культурной среды территории,

- 4 Алексеева, О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона : дис. ... канд. экон. наук. — Москва, 2012. — 215 с.
- 5 Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин — Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. — 252 с.
- 6 Лакомов, Е. А. Классификация видов событийного туризма / Е. А. Лакомов // Вестник университета. — 2013. — № 2. — С. 64–69.
- 7 Биржаков, М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М. Б. Биржаков, И. В. Воронцова, Н. И. Метелев // Туристские фирмы. — 2000. — № 23. — С. 94–111.
- 8 Getz, D. Event tourism: Definition, evolution, and research [Text] / D. Getz // Tourism management. — 2008. — № 29. — P. 403–428.
- 9 Глушко, А.А., Сазыкин, А.М. География туризма / А. А. Глушко, А. М. Сазыкин. — Владивосток: Издательство Дальневосточного университета. — 2012. — 270 с.

- 10 Соболева, О. В. Классификация видов культурно-событийного туризма по направленности культурного мероприятия / О. В. Соболева // Вестник Национальной академии туризма. — 2019. — № 2 (50). — С. 25–26; Соболева, О. В. Современное состояние культурно-событийного туризма в Российской Федерации / О. В. Соболева // В центре экономики. — 2021. — №2. — С. 6–9.

идентичность того или иного культурного ландшафта — культурное наследие, народное творчество, знаковые мероприятия-события в сфере художественной культуры и искусства. Другими словами, суть культурно-событийного туризма заключается именно в наделении культуры статусом уникального события¹¹. Особое место в таком понимании отводится, как справедливо отмечают Е. Д. Бугрова и Н. Б. Кириллова¹², культурно-историческому наследию — ресурсу туризма и символическому капиталу территории. Именно «места памяти» в наиболее концентрированном виде формируют особую мемориальную идентичность территории¹³, подчёркивают её уникальность и самобытность. Таким образом, культурно-событийный туризм позволяет соединять своеобразное путешествие в прошлое и запрос на актуальные эмоции и впечатления туриста. Причём, в отличие от иных видов участия в культурном событии (в традиционных и привычных форматах культурного зрелища) в культурно-событийном туризме, человек не просто зритель и наблюдатель, но — непосредственный участник и, более того, архитектор событийного опыта.

Мотивационная составляющая культурно-событийного туризма

В основе участия в событии всегда лежит личностно-ориентированный запрос. Закономерно, что в случае обращения к культурно-событийному туризму, важно понимание внутренней мотивации туриста.

Авторитетный исследователь современной культуры З. Бауман рассматривает пять типов постмодерной личности (паломник, фланер,

бродяга и турист), каждый из которых характеризуется особым образом жизни, ценностными установками и содержанием идентичности¹⁴. Паломник — странствующий искатель истины, удаляющейся по мере его приближения. Паломничество обеспечивает целенаправленность и осмысленность жизненного движения, рефлексивность бытия. Фланер — «человек гуляющий», жизнь которого состоит из эпизодов, поверхностных знакомств и встреч без последствий. Бродяга — путешественник без точного заданного маршрута, цели и смысла передвижения (в этом и смысл бродяжничества), без промежуточных и конечной точки; человек без идентичности, оказывающийся чужим везде и всегда. Турист по типу идентичности ближе всего к бродяге — он также находится в движении, нигде не воспринимается своим. Однако в отличие от вынужденного характера путешествия бродяги, туризм — это выбор человека, это мечта, план, имеющий цель (приключения, новые впечатления, эмоциональный всплеск, приобщение к неизвестному и пр.). Специфика туриста заключается также и в том, что выстраиваемые им маршруты должны отвечать не только условиям экзотичности, но и условиям безопасности.

А. В. Литвин говорит об особом психологическом складе людей, ориентирующихся на туристическую деятельность¹⁵. Он выделяет шесть ключевых компонентов психологического содержания туристической деятельности: валентность (эмоционально-мотивационная привлекательность места и направления путешествия), самодетерминация (преодоление заданных обстоятельств, то есть концентрация усилий на обеспечении нахождения в желаемом месте), преодоление трудностей (прежде всего, тех, которые связаны с нахождением человека вне привычных, знакомых условиях существования), уникальные возможности (открытие новых пространств, культур, себя в новых обстоятельствах), эмоции (туризм реализует человеческую потребность

11 Соколов, С. С. Культура как событие и феномен "вторичной событийности" / С. С. Соколов, В. С. Цукерман // Современная действительность сквозь призму культурологического знания : Материалы международного научно-творческого форума (научной конференции), Челябинск, 12–13 ноября 2020 года. – Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2020. – С. 105-115.

12 Бугрова, Е. Д. Культурно-познавательный туризм как ресурс memory studies / Е. Д. Бугрова, Н. Б. Кириллова // Обсерватория культуры. – 2024. – Т. 21, № 4. – С. 348-357.

13 Зубанова, Л. Б. Мемориальная идентичность: между местом памяти и памятью мест / Л. Б. Зубанова // Челябинский гуманитарий. – 2023. – №1(62). – С. 32-38.

14 Бауман З. От паломника к туристу / З. Бауман // Социологический журнал. – 1995. – № 4. – С. 133-154.

15 Литвин, А. В. Психологические особенности людей, практикующих различные виды туризма / А. В. Литвин // Южно-российский журнал социальных наук. – 2018. – Т. 19, № 2. – С. 100-116.

в разнообразных эмоциях), витальность (туризм как источник жизненных сил и энергии).¹⁶

Разумеется, стремление к посещению культурно-событийных мероприятий (как основа туристического запроса) или установка туриста на исследование культурно-исторического наследия территории могут формироваться целым спектром мотивов. Кроме того, в ряде случаев эти мотивы созвучны запросам и интересам, артикулированным и в иных видах туризма: коммуникативные, познавательные, эстетические, развлекательные и другие мотивы. Однако, на наш взгляд, специфичным для данного сегмента туристического предложения являются три ключевых мотива:

— *идентификационный* — как потребность ощутить связь с местом посещения, осмыслить собственную стратегию идентичности (соотнесение личностного «Я» с набором устойчивых оснований — национальных, этнических, исторических, конфессиональных и других);

— *компенсаторный* — выражающийся в стремлении к получению уникального опыта, впечатлений, эмоционально-насыщенного переживания, в некотором роде «отстраняющего» человека от привычных повседневно-узнаваемых практик, в ценностном восполнении личного опыта существования в культуре;

— *мотив творческой самореализации и самореализации в культуре* — культурно-событийный туризм позволяет человеку быть непосредственно участником событий, знаменует переход туриста от пассивного наблюдения к интерактивному соучастию, где он вовлечён в событие и становится частью культурной жизни локации.

Развитие туристической индустрии уже не может сегодня обходиться без использования элементов культурно-событийной направленности. Универсальный запрос на это вызван как значимостью сопутствующих факторов: экономическое процветание территории, обеспечиваемое за счёт оптимизации туристических потоков; выгодное позиционирование в информационной повестке; развитие межрегиональных и международных культурных связей; возможность избежать сезонных колебаний (в период, когда по-

годные условия не позволяют туристу принять решение для поездок, культурно-событийное направление помогает сформировать предложения для увеличения туристического потока), так и, прежде всего, работает на сохранение и популяризацию культурного наследия, вовлечение человека в мир культуры и искусства.

В целом, культурно-событийный туризм способствует массовой вовлеченности людей в сферу культуры и искусства, развивает эмоциональный интеллект, критическое мышление, раскрывает потенциал и творческие способности, формирует ценности, меняет взгляды. Через культурно-событийный ряд человек чувствует связь с обществом, историей, традициями, ощущает себя причастным к новому культурному опыту, переживаемому больше, чем просто туристический отдых.

Перспективный характер данного вида туризма требует углублённых профессиональных навыков и компетенций. Как показывает опыт, специалисты культурно-событийной деятельности нередко сталкиваются с кадровыми и финансовыми проблемами, оказываются зависимыми от недостаточно развитой инфраструктуры территорий, испытывают сложности в обеспечении оптимальной координации культурно-событийной повестки в региональном измерении. Важно понимать, что культурно-событийные мероприятия не могут быть организованы спонтанно, они должны быть органично встроены в общую стратегию туристического продвижения всего пространственного многообразия российской культуры.

Список литературы

1. Алексеева, О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона : дис. ... канд. экон. наук. — Москва, 2012. — 215 с.
2. Астафьева, О. Н. Культурный туризм как ресурс социально-экономического развития российских регионов / О. Н. Астафьева, А. Ю. Смирнова // Мир русскоговорящих стран. — 2023. — № 4(18). — С. 116–132.
3. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин — Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. — 252 с.
4. Бауман З. От паломника к туристу / З. Бауман // Социологический журнал. — 1995. — № 4. — С. 133–154.

16 Литвин, А. В. Психологическое содержание туристической активности личности / А. В. Литвин // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева (Вестник КГПУ). — 2016. — № 3(37). — С. 204–208.

5. Биржаков, М. Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М. Б. Биржаков, И. В. Воронцова, Н. И. Метелев // Туристские фирмы. — 2000. — № 23. — С. 94–111.
6. Бутрова, Е. Д. Культурно-познавательный туризм как ресурс memory studies / Е. Д. Бутрова, Н. Б. Кириллова // Обсерватория культуры. — 2024. — Т. 21, № 4. — С. 348–357.
7. Глушко, А. А., Сазыкин, А. М. География туризма / А. А. Глушко, А. М. Сазыкин. — Владивосток: Издательство Дальневосточного университета. — 2012. — 270 с.
8. Зубанова, Л. Б. Мемориальная идентичность: между местом памяти и памятью мест / Л. Б. Зубанова // Челябинский гуманитарий. — 2023. — №1(62). — С. 32–38.
9. Лакомов, Е. А. Классификация видов событийного туризма / Е. А. Лакомов // Вестник университета. — 2013. — № 2. — С. 64–69.
10. Литвин, А. В. Психологическое содержание туристической активности личности / А. В. Литвин // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева (Вестник КГПУ). — 2016. — № 3(37). — С. 204–208.
11. Смирнова, А.Ю. Модели кластерной политики в сфере культурного туризма: концептуальные основания межведомственного взаимодействия // Общество: философия, история, культура. — 2024. — №12. — С. 407–414.
12. Соболева, О. В. Классификация видов культурно-событийного туризма по направленности культурного мероприятия / О. В. Соболева // Вестник Национальной академии туризма. — 2019. — № 2 (50). — С. 25–26; Соболева, О. В. Современное состояние культурно-событийного туризма в Российской Федерации / О. В. Соболева // В центре экономики. — 2021. — №2. — С. 6–9.
13. Соколов, С. С. Культура как событие и феномен "вторичной событийности" / С. С. Соколов, В. С. Цукерман // Современная действительность сквозь призму культурологического знания: Материалы международного научно-творческого форума (научной конференции), Челябинск, 12–13 ноября 2020 года. — Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2020. — С. 105–115.
14. Getz, D. Event tourism: Definition, evolution, and research [Text] / D. Getz // Tourism management. — 2008. — № 29. — P. 403–428.

CULTURAL AND EVENT TOURISM: UNIVERSAL MEANINGS OF A UNIQUE JOURNEY

Stolbov Dmitry Aleksandrovich,
applicant at the Department of Philosophy and
Cultural Studies,
Chelyabinsk State Institute of Culture,
Ordzhonikidze st., 36A, bld. 3,
Chelyabinsk, Russia, 454091,
stolbov77.77@mail.ru

Abstract

The article explores the phenomenon of cultural event tourism, addressing both the theoretical elaboration of the concept and its practical, functional dimensions.

The authors examine divergent scholarly positions regarding the defining features of eventfulness in the context of tourism-related activities. Special attention is given to the distinctive role of the cultural environment of a given territory—its authenticity and landscape-specific identity—as a unique component of the cultural event tourism offer. This identity is expressed through local cultural heritage, vernacular creativity, and emblematic events within the spheres of art and artistic culture.

Keywords

Tourism, culture, cultural and event tourism, tourist motivation, universal meanings and values.