

СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ

RAR

УДК 008

ББК 71

DOI 10.34685/NI.2023.43.4.001

О ПОВЫШЕНИИ РОЛИ КУЛЬТУРНОЙ КОМПОНЕНТЫ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ГЛОБАЛЬНОЙ ПОВЕСТКИ

Путрик Юрий Степанович,

Доктор исторических наук, профессор Российского государственного гуманитарного университета, руководитель Центра социокультурных и туристских программ Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва,
ул. Космонавтов, 2, Москва, Россия, 129366,
putrik@list.ru

Аннотация

В статье рассмотрены меры государственной поддержки въездного и внутреннего туризма, вопросы расширения географии туризма на территории России. Уделено внимание необходимости активизации вовлечения в туристский оборот объектов культурного наследия как фактора укрепления цивилизационной идентичности российских регионов и продвижения российских культурных ценностей среди зарубежных туристов.

Ключевые слова

Туризм, регионы, культурный потенциал, цивилизационная идентичность.

Сфера туризм в Российской Федерации на современном этапе претерпевает существенные изменения в связи с реализацией положений Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [8], Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на период до 2030 года [5], Государственной программы «Развитие туризма» [3].

Эти изменения происходят, в основном, в туристском инфраструктурном поле, куда направляются реальные государственные инвестиции, и где осуществляется реальное государственно-частное партнерство. Возникающие при этом проблемы и задачи в значительной мере лежат в плоскости взаимодействия культуры и туризма. Так, одной из проблем, которая ощущается

все явственнее, становится проблема содержательного насыщения пребывания туристов и отдыхающих в уже построенных и строящихся объектах туриндустрии.

В более широком смысле речь идет о недостаточном вовлечении историко-культурного потенциала в федеральные и региональные планы и программы развития туризма. Актуальность более активного вовлечения объектов культурного наследия в туристский оборот связана, прежде всего, со значимой ролью туризма и экскурсий как эффективного фактора укрепления цивилизационной идентичности наших сограждан, путешествующих по своей стране. Кроме того, активное и правильное использование историко-культурных объектов материального и нематериального наследия в международном туризме способствует продвижению российских цивилизационных ценностей среди иностранных граждан, посещающих нашу страну по линии въездного туризма. Это особенно актуально в настоящее время, когда обостряются проблемы межкультурного противостояния. В этой связи можно констатировать, что организаторы туризма как на федеральном, так и на региональном уровнях оказались не готовы к резкому увеличению спроса на посещение регионов отечественными и иностранными туристами. Так, 30 октября 2022 г. президент Российской Федерации В.В. Путин утвердил перечень поручений различным органам власти по итогам заседания президиума Госсовета РФ, прошедшего 06 сентября 2022 г. Поручения касаются многих проблем развития туризма. Фактическим исполнителем большинства поручений по созданию объектов туристской инфраструктуры является «Корпорация Туризм.РФ», образованная Правительством РФ в 2020 г. для развития внутреннего и въездного туризма. Партнёрами «Корпорации Туризм.РФ» являются Минприроды, Минстрой, Минфин, Минэкономразвития, Росимущество, Агентство стратегических инициатив (АСИ), Аналитический центр при Правительстве РФ и АНО «Национальные приоритеты»¹. Как видим, Министерства культуры РФ в списке нет.

Деятельность «Корпорация Туризм.рф» по созданию объектов туристской инфраструктуры развивается сегодня в десятках регионов Российской

Федерации и во многом связана с вовлечением в туристский оборот объектов культурного наследия. В частности, упомянутыми выше Поручениями Президента РФ предусмотрено создание межведомственной комиссии в целях комплексного решения вопросов, касающихся возрождения исторических усадеб, их приспособления для оказания гостинично-туристских услуг, осуществления культурных мероприятий [7]. Успешность такой деятельности во многом зависит от правильного выбора мест для строительства туристских объектов, т.к. построенный вне наличия культурных туристских мотиваций объект, как показывает отечественный и зарубежный опыт, не будет эффективно работать из-за отсутствия качественного и привлекательного туристского продукта на региональном и местном уровне. Поэтому в состав партнеров «Корпорации Туризм.рф» было бы целесообразно включить Министерство культуры РФ, как организацию, которая участвовала бы в процедурах качественного выбора местностей и локаций для создания туробъектов в обоснованной привязке к материальным и нематериальным культурным ценностям, на базе которых методами социокультурного проектирования можно создавать привлекательный и конкурентоспособный туристский продукт.

Особого внимания на современном этапе требует въездной туризм, который в нашей стране, наряду с внутренним туризмом, также, как и в других странах, всегда считался и считается приоритетным видом туризма, обеспечивающим не только поступление иностранной валюты в бюджет, но и образование рабочих мест, занятость и повышение качества жизни населения, что заметно способствует решению социальных и экономических проблем регионов. Тут уместно отметить, что по линии выездного туризма наши граждане в 2019 году вывезли 36 млрд долларов, а поступления от иностранных туристов, въехавших в Россию составили всего 11 млрд долларов, т.е. отрицательное сальдо туристского баланса в 2019 было — 25 млрд долларов. Поэтому с экономической точки зрения понятно, что любое государство заинтересовано прежде всего во въездном туризме.

Но, здесь важна не только экономика. В советский период, например, большое значение въездной туризм имел в условиях идеологического противостояния двух систем — капиталистической и социалистической, как инструмент идео-

1 Официальный сайт корпорации «Туризм.рф»: <https://туризм.рф/partners/>.

логической борьбы. Поэтому в СССР при приеме и обслуживании иностранных туристов особое внимание уделялось пропаганде достижений и преимуществ социализма по сравнению с капиталистической системой. А интерес к нашей стране со стороны иностранных граждан всегда был высок. В годы советской власти активно работала государственная компания ВАО «Интурист», материально-техническая база которого в середине 1980-х годов состояла из более чем 100 гостиниц, мотелей и кемпингов на 55 тыс. мест, большого автопарка с гаражами и станциями технического обслуживания, многочисленных ресторанов, баров и кафе, киноконцертных залов, бассейнов и саун, кегельбанов, дискотек и пр. Иностранным туристам предлагалось около 500 разнообразных экскурсий и путешествий, проходивших через 150 городов СССР. [4]. И, надо сказать, пропагандистская работа средствами туризма поводилась весьма успешно. Интуристу отдавалось в распоряжение все лучшее на всей территории страны (гостиницы, рестораны, магазины, автобусы и т.д.). Поездки в СССР всегда были дешевыми — коммерческая сторона имела второстепенное значение, а поэтому туристский продукт Интуриста был вполне конкурентоспособным. С Интуристом сотрудничали более 700 зарубежных турфирм во многих странах мира. Издаваемый ведомством журнал «Путешествие в СССР» выходил на русском, английском, французском, немецком и испанском языках, а работа экскурсоводов и гидов переводчиков по пропаганде достижений и преимуществ социализма была настолько эффективна и убедительна, что в некоторых случаях иностранные туристы после возвращения к себе на родину — в Америку или в страну Западной Европы, под впечатлением от посещений СССР вступали в коммунистические партии в своих странах и начинали проводить соответствующую пропагандистскую деятельность. Кроме того, представительства Интуриста еще в начале 1990-х годов были в 23 странах — в США, Великобритании, Австрии, Германии и других странах-генераторах турпотока в Россию. Сейчас таких представительств у российского туризма нет.

С распадом СССР интерес к посещению нашей страны и её регионов неизменно возрос. Допандемийное туристское предложение было привлекательно и разнообразно. Доминировали, если исключить страны ближнего зару-

бежья, Китай, Германия, Финляндия, Польша, Великобритания, США, Израиль, Франция, Испания, Италия, Монголия, Южная Корея, и некоторые другие европейские и азиатские страны. Сменилась идеологическая риторика экскурсионных программ и российский историко-культурный потенциал раскрывался перед иностранными туристами без каких-либо идеологических ограничений. Мощный импульс въездному туризму дал ЧМ-2018.

Однако туристский спрос чрезвычайно неустойчив, зависит от многих факторов, в т.ч. и политических, что и подтвердилось в последние три года, когда картина въездного туризма резко поменялась и сегодня мы видим не только трехкратное падение въездного туристского потока с 25 млн в 2019 г до 8 млн в 2022 году [6], но и кардинальное изменение географии спроса. Во-первых, статистическими органами отмечается устойчивый рост турпотока из Китайской народной Республики, из стран СНГ: Азербайджана, Армении, Узбекистана, Таджикистана, Киргизии, Туркмении, а также Турции, Индии, Вьетнама, Таиланда, Индонезии, Малайзии, Ирана и некоторых других стран Юго-Восточной Азии и Персидского залива. Хотя, если посмотреть в данные Росстата, хоть и в небольших объемах, но сохраняются турпотоки из ранее названных европейских стран, но это, скорее всего, поездки с родственными или бизнес-целями. Во всяком случае принимающие туроператоры туристов оттуда не заметили.

Как уже отмечалось, государство заинтересовано в развитии въездного туризма и создает для этого все необходимые условия. Сегодня география туристского предложения для иностранцев существенно расширена. Помимо всемирно известных дестинаций — Москвы, СПб, Алтая, Байкала, Камчатки, центрами туристского притяжения международного значения все более уверенно становятся Татарстан, Великий Новгород, Псков, Карелия, Мурманская область, республики Северного Кавказа и некоторые другие регионы. Туристы из арабских стран проявляют, например, интерес к Сибири — для них это колоссальная экзотика. Среди иностранных туристов, посетивших в первом полугодии 2023 года игорную зону «Красная Поляна» и Казино Сочи, были граждане 40 стран — Казахстана, Кыргызстана, Азербайджана, Китая, Израиля, Турции, Грузии, Индии и ряда других [1].

В целом же Россия привлекает туристов как природным потенциалом, так и огромными и разнообразными историко-культурными ресурсами, этнонациональными особенностями регионов нашей страны, из которых складывается российская цивилизационная система и поэтому конкурентоспособность туристского потенциала российского въездного туризма, представленная многочисленными объектами материального и нематериального наследия, чрезвычайно высока. На территории нашей страны появляются новые объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО. Так к уже имеющимся объектам Всемирного наследия за последние 3 года добавились Храмы псковской архитектурной школы, Петроглифы Онежского озера и Белого моря, Астрономические обсерватории Казанского федерального университета. Сегодня Россия заняла 9 место среди стран-рекордсменов по количеству объектов в списке Всемирного наследия.

Туристскому освоению этого богатейшего потенциала способствует созданная в 2021 году система национальных туристских маршрутов, которые развиваются благодаря национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства». К настоящему времени в различных регионах страны создано уже более 40 таких маршрутов. Все это, конечно же, способствует ознакомлению иностранных туристов с нашими цивилизационными и культурными ценностями, укреплению взаимопонимания между народами. Не случайно туризм давно уже признан высокоэффективным средством народной дипломатии. В условиях современного цивилизационного противостояния эти вопросы для нашего государства приобретают особую актуальность и поэтому мы видим весьма значительную государственную поддержку въездного туризма как в плане развития инфраструктуры, так и в плане облегчения туристских формальностей с визами и платежными операциями.

Из природных факторов, помимо невероятных красот и яркого природного разнообразия, зарубежных туристов привлекают также уникальные лечебные и оздоровительные природные факторы во многих регионах нашей страны. Поэтому для въездного медицинского туризма перспективы очень хорошие. Уже сегодня въездной медицинский туристский поток из стран СНГ вполне ощутим и с уверенностью можно сказать, что это направление будет успешно

развиваться [2]. И география медицинского туризма также весьма разнообразна. Это, помимо всем известных Кавказских минеральных вод — курорт Белокуриха на Алтае, Курган — «столица российской ортопедии» и многие другие курорты в регионах, реабилитационные центры.

Для того, чтобы иностранный турист активно поехал в Россию, необходима, конечно же, не только инфраструктура, которая сейчас при поддержке государства активно реконструируется и создается во многих регионах, но и финансово-организационные меры, которые сегодня активно обсуждаются на всех уровнях: делаются первые шаги по отработке безвизового режима для организованных туристских групп из Китая, Ирана, а в будущем и из Индии, внедрение электронных виз, карт для иностранцев российской платежной системы «Мир». Для формирования качественного въездного туристского продукта необходима корректировка подготовки кадров для сферы въездного туризма с учетом необходимости знания соответствующих иностранных языков стран Юго-Восточной Азии и Персидского залива, особенностей их кухни, религиозных предпочтений и сервисного обслуживания. И все-таки наиболее слабым местом в организации въездного туризма является, на мой взгляд, и неотлаженная пока система продвижения туристских возможностей нашей страны на международные туристские рынки, когда образ России ассоциируется в первую очередь с Москвой и Санкт-Петербургом и с большим отставанием и неравномерностью работает продвижение остальных регионов России. По-прежнему отсутствует единый туристский бренд России, единый центр по продвижению наших туристских возможностей за рубежом. Был успешный опыт в преддверии ЧМ-2018, когда успешно работал портал Visit Russia, продвигая вполне обоснованные амбиции российских регионов. Такой опыт надо, видимо, продолжать.

Заключение (Выводы по статье)

Система туризма и гостеприимства в нашей стране, состоящая из совокупности материальных и институциональных компонентов и подсистем претерпевает в настоящий период кардинальные изменения, связанные прежде всего с необходимостью переключения внимания на въездной и внутренний туризм. Реализуемые меры государственной поддержки сферы внутреннего и въездного туризма направлены на реконструкцию и создание

новых объектов общей, сопутствующей и специальной туристской инфраструктуры, а также на формирование прогрессивных нормативно-правовых и экономических механизмов функционирования и взаимодействия всех компонентов туристско-рекреационной системы, стимулирующих увеличение въездных и внутренних туристских потоков, расширение географии внутреннего и въездного туризма. С учетом обостряющихся проблем межкультурного противостояния на межгосударственном уровне необходимо уделять больше внимания вопросам активизации вовлечения объектов культурного наследия в туристский оборот как эффективно средства укрепления цивилизационной идентичности российских регионов.

Список литературы

1. АТОР: Из каких стран туристы едут в Сочи играть в казино: Официальный сайт «Ассоциации туроператоров» (АТОР): <https://www.atorus.ru/node/54366>.
2. Глава комитета РСТ рассказал, что мешает развитию медицинского туризма в России. RTN (RATA-news) — Туристическое информационное агентство: <https://ratanews.ru/news/opinion/glava-komiteta-rst-rasskazal-cto-mesaet-razvitiu-medicinskogo-turizma-v-rossii>.
3. Государственная программа «Развитие туризма». Утверждена постановлением Правительства от 24 декабря 2021 года №2439. Официальный сайт Правительства РФ: <http://government.ru/rugovclassifier/899/events/> (дата обращения 01.08.2023 г.)
4. История туризма: учебник / коллектив авторов; отв. Ред. и сост. Ю.С. Путрик. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — с. 203.
5. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» См официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/nacionalnyy_proekt_turizm_i_industriya_gostepriimstva/. (дата обращения 01.08.2023 г.)
6. Оценка туристского потока. Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.
7. Президент утвердил перечень поручений по итогам заседания Президиума Государственного Совета Российской Федерации, состоявшегося 6 сентября 2022 года. Официальный сайт Президента Российской Федерации. <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/69735> (дата обращения 15.06.2023 г.)
8. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (с изменениями на 7 февраля 2022 года). Утв. Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: <https://docs.cntd.ru/document/561260503>. (дата обращения 01.08.2023 г.)

ON INCREASING THE ROLE OF THE CULTURAL COMPONENT IN THE FORMATION OF A TOURISM PRODUCT UNDER THE NEW GLOBAL AGEND

Putrik Yuri Stepanovich,

Doctor of Historical Sciences, Professor of the Russian State Humanities University, Head of the Center for Sociocultural and tourism programs of the Russian Research Institute cultural and natural heritage named after. D. S. Likhacheva, st. Kosmonavtov, 2, Moscow, 129366, putrik@list.ru.

Abstract

The article discusses measures of state support for inbound and domestic tourism, issues of expanding the geography of tourism in Russia. Attention is paid to the need to intensify the involvement of cultural heritage sites in tourism as a factor in strengthening the civilizational identity of Russian regions and promoting Russian cultural values among foreign tourists.

Keywords

Tourism, regions, cultural potential, civilizational identity.