



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

В рамках открытого семинара НИУ ВШЭ «Актуальные вопросы культурной политики» 13 февраля 2019 года на Факультете гуманитарных наук состоялся доклад Виталия Куренного «Структура туристической индустрии в современной России».

Руководители семинара: Татьяна Абанкина и Виталий Куренной.

Ученый секретарь: Александр Сувалко.

«Структура туристической индустрии в современной России»

Докладчик: Виталий Анатольевич Куренной, руководитель Школы культурологии и Лаборатории исследований культуры НИУ ВШЭ.

Дискутанты:

Алексей Валерьевич Кыласов, старший научный сотрудник, руководитель центра традиционных игр и спорта Института наследия, президент Мирового этноспорта, член Комитета советников ЮНЕСКО по традиционным играм и спорту.

Смирнов Сергей Николаевич, заведующий центром анализа социальных программ и рисков, Институт социальной политики; ведущий научный сотрудник ИНИОН РАН.

«Структура туристической индустрии в современной России»

(тезисный реферат доклада)

Виталий Куренной: В прошлом году Лаборатория исследований культуры работала во многих регионах России, среди которых Северный Кавказ, Воронежская область и Республика Карелия, в том числе мы занимались темой туризма, и я буду опираться далее на материалы этих исследований.

Туризм — это понятие зонтичное. Законодательное определение туриста¹ очень парадоксально и, конечно, не отражает все формы этого явления и вызывает много нареканий. Множество туристов не будет считаться таковыми, как и наоборот, множество людей, совершающих поездки с трудовыми целями, заносится в разряд туристов. Даже в наиболее четкой системе фиксации туристического потока - в случае пересечения границы, - согласно данным российского Федерального агентства по туризму за 2017 год, самыми активными туристами, посещающими Россию, являются, оказывается, граждане Украины и Казахстана. Можно сказать, что наше представление о туризме в России является очень смутным и приблизительным. Чтобы в нем разобраться, необходимо сочетать разные перспективы, разные данные и методологии - от массовых репрезентативных опросов до конкретных региональных кейсов. Последние наилучшим образом дают представление о структуре туризма, хотя эта структура чрезвычайно регионально разнообразна.

¹ В соответствии с Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: турист - «лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания».

Согласно исследованию Лаборатории исследований культуры ЦФИ НИУ ВШЭ «Практики проведения досуга и участие в культурных мероприятиях» (2017), сколько-нибудь мобильными является 50% жителей России. Столько совершает чисто досуговые поездки, немного больше (53 %) путешествуют по работе, а также чтобы навестить родственников и друзей. У родственников или знакомых останавливается наибольшая часть путешествующих наших граждан (67 %), тогда как к услугам гостиниц прибегает только 33% из них. Поэтому можно сказать, что значительная доля российского туризма имеет социальный характер - он служит поддержанию социальных - семейных и дружеских - связей. Еще одна важная макрохарактеристика российской культуры путешествий - это ее автомобильный характер. Наибольшая часть (43 %) используют личный автомобиль для того, чтобы совершать поездки. На втором месте - автобус (41 %), затем железнодорожный транспорт (35 %). Значительная доля пассажиров автобусов связана, видимо, с тем, что 55% людей, совершающих поездки, делают это по окрестностям или в соседние населенные пункты. Этот автомобильный профиль российской культуры путешествий требует обратить внимание на один важный фактор развития туризма, а именно - дорожную инфраструктуру. В Норвегии, например, реализуется национальная программа постройки "туристических дорог", т.е. дорог, специально рассчитанных не только на комфортное путешествие, но и на то, чтобы специально привлекать туристов. У нас же дорожная инфраструктура полностью игнорирует туристический поток, например, не уделяется никакого внимания видовым площадкам или оборудованным стоянкам для туристов.

Современный туризм находится в процессе постоянного усложнения и дифференциации, а также гибридизации - функциональные и досуговые

практики часто совмещаются, что еще больше затрудняет анализ этого явления. Если говорить о главных факторах, глобальным образом влияющих на туризм, то я бы выделил следующие:

- 1) Прогрессирующее размытие границы между трудом и досугом.
- 2) Размытие границ между функционально-ориентированным и досуговым времяпрепровождением.
- 3) Рост свободного времени.
- 4) Субъективизация культурно-досугового потребления (общество впечатлений).
- 5) Прогрессирующая эстетизация опыта, распространение его на все новые сферы жизни.
- 6) Цифровая революция в медиа.
- 7) Фоновое потребление культуры и гибридизация реальности за счет ее дополненных форм.
- 8) Диверсификация культурно-досуговых практик и туризма.
- 9) Рост экологических рисков для территорий.
- 10) Включение новых субъектов в культурно-досуговые индустрии.

Когда мы говорим о структуре туризма, важно обратить внимание на теорию туризма. Она не слишком богата, начала формироваться только в 1970-х гг. Ключевые понятия теории туризма были заданы в работе Дина Макканела “Турист: Новая теория праздного класса”, - это понятия аутентичности и идентичности. Акцент на аутентичность, которая играет важную роль и в последующих теоретических разработках, указывает на значительное влияние неомарксизма, что, на мой взгляд, довольно сильно деформирует эту теоретическую перспективу и не позволяет выявить некоторые важные функции туризма в современных обществах. Турист путешествует в пространстве, а также - интересуясь культурными

достопримечательностями - в большинстве случаев совершает также путешествие во времени - вглубь истории. Здесь следует вспомнить двух теоретиков - Рене Декарта и Иоганна Густава Дройзена, который является основоположником методологии современной историографии. Декарт намеренно много путешествовал, чтобы понять ограниченность и случайность своих культурных установок, это важный элемент его этической философии. Дройзен с этой же целью рекомендовал заниматься историей. Теории Декарта и Дройзена адресовались в свое время очень немногим, но сегодня именно эти две практики демократизированы в форме туризма. Основным неочевидным эффектом этих практик, который распознали Декарт и Дройзен, - это релятивизация собственных убеждений: контакт с другими культурами позволяет нам избавиться от догматизма и развивать толерантность и интерес к другим культурам, а также понимание особенности своей собственной культуры. Подобная релятивизация убеждений, кроме того, формирует основу политического порядка современных демократий.

Неизменно важной теоретической перспективой является также работа Джона Урри «Туристический взгляд», которая обновила теорию туризма представлением о двух типах этого взгляда - коллективном и романтическом. Согласно Урри, сегодня мы наблюдаем нарастающий сдвиг к романтической, индивидуализированной форме туризма. Тут есть предмет для дискуссии, но я бы сказал, что речь все же не идет о замене одной формы другой, а о балансе двух комплементарных компонентов. Романтическая мотивация предполагает и основывается на коллективной, стандартизированной форме.

Взяв за отправную точку теорию Урри, давайте рассмотрим один конкретный пример, я буду говорить о состоянии туризма в одной из

районов Карелии. Лоухский район расположен на самом севере Республики, вдали от основных центров массового туризма, находящихся на юге. Туристический поток здесь, разумеется, значительно меньше, чем в Кижии или Валаам, но район обладает значительным туристическим потенциалом, включая развитие геологического туризма. На этом конкретном примере хорошо видны некоторые базовые особенности туризма в России, которые также неплохо коррелируют с результатами репрезентативных массовых исследований, которые я приводил выше. Основная проблема, с которой сталкиваются представители локальной туристической индустрии здесь, - это самоорганизованный туризм.

Самоорганизованный туризм является проблемой не только с экономической точки зрения (не приносит доходов местному сообществу), но с экологической - это загрязнение окружающей среды, пожары и т.д. Соотношение организованного, т.е. каким-то образом схватываемого местной экономикой туризма, и самоорганизованного туризма оценить сложно - в силу "теневых" характера последнего. По нашим оценкам число самоорганизованных туристов в 3-5 раз выше организованного. Т.е., можно было бы сказать, возвращаясь к теории Урри, что здесь романтическая форма туризма полностью восторжествовала над стандартизированной, завязанной на организованных туристических сервисах. Однако не стоит торопиться с выводами.

Наиболее успешным примером организованного туризма в районе является Национальный парк Паанаярви, далее, хотя и с большим отрывом, следует дайвинг-центр Полярный круг. Они успешны, так как используют свои собственные преимущества. Национальный парк полностью контролирует доступ на свою территорию, которая, кроме того, является еще и приграничной, то есть подпадает под два типа контроля.

Дайвинг-центр является удачным вариантом опоры на специфический характер самого этого вида досуга: дайвинг требует определенной базы, инфраструктуры, которую довольно сложно организовать самостоятельно. Однако основной проблемой является все же возможность контроля над территорией. Именно такой контроль позволяет - как в случае национального парка - осуществить эффективную коммодификацию пространства, что и является главной проблемой развития туризма в местных условиях.

Установление контроля и стандартизация доступа к пространству является, таким образом, критически важной местной проблемой - как с точки зрения экономики, так и с точки зрения экологии. В других странах эта проблема решается в силу наличия частной собственности или долгосрочной аренды. В российских условиях приходится использовать другие инструменты. Назову четыре основные практики коммодификации туристического пространства, которые здесь работают:

1. Режим особо охраняемых природных территорий (ООПТ). Как показывает пример Паанаярви, это один из лучших способов ввести туризм в организованные рамки и стандартизировать форму туристического досуга.
2. Гибридная модель бизнеса, связанная с рыбопромысловыми участками. Местные представители туристической индустрии используют этот вариант установления контроля над местами рыболовного туризма в Белом море. Однако согласно новому закону о любительском рыболовстве, принятому в конце 2018 г. эта возможность исчезнет к началу 2021 года. Последствия этих изменений не очень понятны, вполне возможно, это окажет негативное экологическое воздействие на водные и рыбные ресурсы.

3. Милитаризованный контроль пространства, который в нашем районе включает в себя две формы: а) приграничная территория; б) территория с регламентированным посещением для иностранных граждан. Милитаризованный контроль пространства оказывает свое воздействие на сферу туризма за счет создания определенных затруднений для международного туризма, но также имеет определенные позитивные экологические последствия за счет снижения нагрузки на территорию.
4. Событийный туризм. Эта быстро развивающаяся форма туризма позволяет очень хорошо организовывать и контролировать туристический поток, но также имеет свои особенности. В частности, здесь важен личностный фактор организаторов, их ответственность и способность к эффективной организации мероприятий. В противном случае событийный туризм может выступать как раздражающий фактор для местного населения.

Нельзя сказать, что самоорганизованный туризм не оказывает определенного позитивного экстернального воздействия на местную экономику. Например, здесь развит такой вид промысла как “заброска”, т.е. транспортировка туристов к месту их базирования или начала путешествия. Сезонный заработок тех, кто на нем специализируется, даже превышает средний по Карелии уровень дохода от ягодного промысла. Также туристы за сезон окупают рентабельность магазинов в малых деревнях, в противном случае торговые точки там просто закрылись. Однако упущенная выгода местной экономики от него весьма значительна. Чтобы он начал работать на нее необходимы коллективные формы его организации, стандартизация туристического продукта. А для

этого необходима возможность для туристической индустрии установления эффективных форм контроля над территориями.

Алексей Кыласов: Туризм - не единственная сфера, в которой мы сталкиваемся с проблемами дефиниции. Такие проблемы есть и в законах, касающихся культуры и наследия. Инструменты по учету туризма в мире. Сейчас многие “ведущие” страны и люди из этих стран предстают в качестве идеального туриста, так как они самые квалифицированные и отвечают нашим представлениям об “идеальном” туристе.

Все меньше туристов пользуются частным транспортом, так как мы живем в условиях sharing economy. Мы не можем учесть, кто на чем приехал. Также имеется практика совместной аренды жилища. Мировая практика показывает, что при сборе статистики необходимо учитывать услуги. Какие услуги могут учитываться: въезд на территорию памятника, санатория, посещение технопарка или выставки.

Двунаправленный процесс развития современного туризма: введение мировых стандартов гостеприимства или “хилтонизация” и, с другой стороны, аутентичность, которую можно понимать как процесс “варваризации”, который очень активно в последнее время монетизируется. Это тренд аутентичности, когда люди хотят отдохнуть от цивилизации, который выражается в следующей установке «Я хочу поехать в настолько тихий омут, чтобы там прям кишило чертями».

Когда мы говорим об издержках обустройства маршрутов, то главная угроза — это отходы. Туристы могут отталкивать. Когда мы едем куда-то, мы не общаемся с местным населением, мы общаемся с нашим образом этого местного населения. И едем туда тоже не как мы, а как тот образ, который мы везем туда. От столкновения этих образов рождается

культурный конфликт. Мы тоже должны обустроить встречу этих двух образов. Вторая проблема — это мусор. Группа британских исследователей занимается "исследованием мусора". Они изучают то, что выкидывается туристами (в Сенегале и Гамбии) и на основании этого дают местной промышленности рекомендации по локализации услуг, узнают о предпочтениях туристов и т.д. И, понимая структуру мусора, они также понимают, как его утилизировать.

Событийный туризм дает нам представление о мотивации туриста, мы четче представляем портрет этого туриста. В событийном туризме тоже сохраняется двунаправленная парадигма современного туризма: и “варваризация”, и выстраивание комфортной среды.

Сергей Смирнов: определение туризма не операциональное, отсюда берутся непонятные цифры, т.к. получается, что если ты уезжаешь на одну ночь на дачный участок, то ты уже турист.

В США есть критерий двухсотмильного расстояния. Важен двуединый подход: если мы уезжаем на одну ночь - мы уже туристы. На одних объектах мы ночуем, а на другие приезжаем как экскурсанты. Но делить туристов и экскурсантов не так уж и принципиально. Для местных, федеральных и региональных бюджетов важен тот доход, который приносит турист. Число посещений же не отражает число туристов. Понять, сколько туристы тратят, можно только путем "обследования" туристов, задавая им непрямые вопросы. На основании этого можно делать выводы о том, какой вклад в ВВП вносит туризм.

В сфере развития туризма сверху административными способами можно создать какие-то импульсы, но инициатива должна идти снизу.

Татьяна Всеволодовна Абанкина: когда мы говорим о развитии территорий, очень важно создание рабочих мест. С экономической точки зрения это сложный сектор экономики, зависящий от масштаба. Есть эффективный масштаб и есть масштаб неэффективный. Главный показатель эффективности - это занятость и жизненные планы населения. Должна быть как экономическая, так и гуманитарная альтернатива. Важна поддержка общественных инициатив в лице разного рода ассоциаций.