

# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И КУЛЬТУРЫ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

**Т.В. Рябова**

*кандидат педагогических наук, доцент кафедры  
социально-культурной деятельности Санкт-Петербургского  
государственного университета культуры и искусств  
(Россия, г. Санкт-Петербург)*

Культура является одним из основных элементов туристского интереса, доминантой организованного туристского досуга. Специфика туризма как вида социально-культурной деятельности заключается в том, что в процессе путешествий создаются условия, обеспечивающие прямое, непосредственное приобщение человека к отечественному и мировому культурно-историческому наследию, побуждающие путешественника соприкоснуться с культурой, ощутить и понять социально-культурные процессы того или иного региона, а подчас и иной эпохи. Предоставляя человеку возможность совершенствовать свое образование, изучать образ жизни незнакомых людей и незнакомые местности, туризм способствует сохранению культурной идентичности региона, возрождению традиций, стимулирует развитие туристской инфраструктуры и коммуникаций [1, с. 97, 98].

Успех развития туризма в регионе зависит не только от материально-технической базы, соответствующей общепринятым стандартам и требованиям, но и от того, насколько разумно и творчески представлены объекты национального культурно-исторического наследия. Сегодняшнее понимание культурного наследия включает не только памятники культуры и истории, но и окружающую их природную среду, уникальные историко-ландшафтные территории, инженерные сооружения, национальные традиции и обычаи, фольклор, художественные промыслы и ремесла, включая, таким образом, как материальные (физические), так и нематериальные (духовные) компоненты.

Туристско-рекреационный потенциал России огромен. Он занимает пятое место в мире по уникальным природным объектам и девятое по объектам историко-культурного наследия [3]. Однако многие культурно-исторические ценности были утеряны в ходе борьбы за выживание, далеко не все уникальные объекты историко-культурного и природного наследия имеют сохраненный вид. Более того, невостребованность туристами многих объектов историко-культурного наследия связана отчасти с их плачевным, практически до основания разрушенным состоянием, что существенно затрудняет их включение в сферу туристско-экскурсионной деятельности. В таких условиях возникает вопрос, каким образом восполнить недостающие объекты экскурсионного показа; как нивелировать возможные отрицательные эмоции туристов от созерцания «непрезентабельных» объектов в общей структуре впечатлений? Ясно одно, что на дорогостоящие

реставрационно-восстановительные работы средств в ближайшей перспективе нет, а разрушения катастрофически усиливаются, и очень важно сохранить то малое, что еще осталось.

В этой связи можно предположить, что именно специально разработанные театрализованные, анимационно-игровые и иные программы, в том числе базирующиеся на столь популярных сегодня реконструкциях тех или иных исторических событий, могут стать весьма эффективным и эффективным ответом на поставленные вопросы. И опыт региональных и муниципальных учреждений культуры, специализирующихся на разработке и организации различных досуговых мероприятий (учреждения клубного типа), хранении и распространении материальных и духовных ценностей (музеи, библиотеки, центры промыслов и ремесел и т.п.) в создании такого рода программ для различных видов туристского продукта трудно переоценить.

В целом, можно констатировать, что рост привлекательности регионов для туристов возможен путем более активного использования различных анимационных технологий в процессе создания туристского продукта. Туристские фирмы стремятся создавать собственные анимационные службы и практически не задействуют находящиеся в туристской дестинации учреждения культуры клубного типа, центры народного творчества и досуга, снижая тем самым качество анимационных услуг, формируя неточные и поверхностные представления туриста о культурной жизни региона. Решение данной проблемы видится именно в интеграции сфер туризма и культуры через включение стратегических направлений развития регионального туризма в программы развития культуры, а также в процессе проектирования специализированного туристского продукта, в структуру которого в качестве неотъемлемого элемента входят досуговые мероприятия, создаваемые учреждениями культуры. Участие учреждений культуры в создании туристского продукта весьма многообразно и направлено в целом на создание у туриста ощущения включенности в новую для него культуру. Личный культурный опыт, получаемый во многом благодаря применению анимационных технологий, делает впечатление туриста от посещения региона более глубоким и эмоционально окрашенным. Это обуславливает необходимость обновления традиционного продукта за счет создания условий для непосредственного участия туристов в событиях, воспроизводящих различные аспекты культурной жизни местных жителей, включая праздники, ритуалы, игры.

Проиллюстрировать вышесказанное можно на примере взаимодействия учреждений социально-культурной сферы и туристских предприятий г. Боровичи Новгородской области. Так, в программу тура «Тайны старинных усадеб» включен целый ряд специализированных анимационных программ, в том числе: костюмированная театрализованная экскурсия «Жизнь старого замка» в усадьбе «Петрово», рассказывающая о культуре, быте, этикете, праздниках и традициях усадьбы, или, как вариант, – вечерняя светозвуковая шоу-программа «Руины заговорили»; театрализованная игровая программа «В плену увеселений» в усадьбе «Ровное –

Новоблагодатное», знакомящая туристов с летними играми и развлечениями в усадьбе (крокетом, лаптой, серсо и др.), а также с застольным этикетом во время обеда на свежем воздухе «Дворянский стол среди руин». Кроме того, предлагается посещение краеведческого музея с «Чаепитием по-купечески», организация мастер-классов под открытым небом для овладения художественными промыслами, а также обучение лоцманскому делу (д. Опеченский Посад) в «Лоцманской слободе» и другие мероприятия, в которых турист становится активным и непосредственным участником.

Для стимулирования развития внутреннего туризма в регионах, туристские ресурсы которых не отвечают в силу различных причин современным требованиям, что существенно снижает их привлекательность для потенциальных туристов, предлагается комплекс различных мер, среди которых, на наш взгляд, наиболее действенными являются: развитие событийного туризма, обеспечивающего привлечение туристов на различные массовые зрелища, культурные мероприятия; разработка программ туристского досуга для рекреантов-потребителей таких форм туризма, как «дачный», охотничий и т.п.; создание искусственных рекреационно-развлекательных, этнокультурных и иных зон; развитие и поддержание местных инициатив, отражающих культурные, национальные особенности региона, местную самобытность. Реализация данных мер не может быть успешной без активного участия в данном процессе региональных и муниципальных учреждений культуры.

Слаженные действия учреждений социально-культурной сферы и сферы туризма играют в развитии внутреннего и въездного туризма не последнюю роль. Существенное отличие социокультурного пространства России заключается в функционировании по всей территории страны широкой сети культурно-досуговых учреждений, призванных обеспечить включенность разных групп населения в те или иные виды социально-культурной активности и располагающих для этого необходимыми кадровыми, творческими, методическими ресурсами. И если ставится задача расширения потока туристов внутри страны и развития местного туризма, то не следует игнорировать возможности культурно-досуговых учреждений (клубов и домов культуры, этнокультурных центров, музеев и т.д.) в обеспечении содержательного досуга туристов и экскурсантов [2, с. 217].

Однако приходится констатировать, что в настоящее время организаторы туристской деятельности действуют разрозненно, не имея координирующего начала. Это во многом обусловлено непроработанностью механизмов, обеспечивающих баланс интересов предприятий сферы туризма и учреждений культурно-досуговой сферы; отсутствием опыта совместной деятельности по организации досуга туристов. Следует признать, что ресурсы учреждений культуры в процессе организации туристского досуга используются недостаточно эффективно; более того, региональные и муниципальные учреждения культуры еще не занимают достойного места в индустрии гостеприимства региона.

Среди основных условий, обеспечивающих интеграцию регионального туристского комплекса и культурно-досуговой сферы, первостепенное значение имеют, на наш взгляд, следующие: мониторинг туристских маршрутов с точки зрения возможности включения в их программы анимационно-игровых компонентов; сегментирование потребителей регионального туристского продукта и исследование их досуговых интересов и предпочтений; разработка новых и модификация существующих анимационных, театрализованных и иных программ, исходя из запросов различных сегментов потребителей, тематики предлагаемых туров, ресурсной базы учреждений социально-культурной сферы региона; обеспечение взаимодействия управленческих структур в сфере туризма и культуры, преодоление ведомственной разобщенности в процессе создания туристского продукта, его продвижении и реализации. Есть надежда, что данные условия будут реализованы в полной мере в связи с принятием новым Правительством РФ очень важного структурного решения, а именно включением Федерального агентства по туризму в состав Министерства культуры РФ. Очевидно, на уровне региональных субъектов исполнительной власти последуют подобные решения, что обеспечит более продуктивное взаимодействие учреждений и предприятий сферы культуры и туризма.

1. *Измайлова Д.А.* Развивающий потенциал досуга и познавательный туризм / Д.А. Измайлова ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. – СПб. : СПбГУКИ, 2008. – 156 с.

2. *Кострюкова, О.Н.* Культурный туризм : сущность, проблемы и перспективы развития в регионах Северо-Запада / О.Н. Кострюкова, Ю.О. Шарова ; НОУ ВПО «С.-Петерб. университет управления и экономики» // Мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. «Состояние и перспективы развития туризма в РФ» 24 мая 2012 года / под ред. Н.Ф. Ивановой. – СПб. : СПбУУиЭ, 2012. – С. 216–220.

3. *Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» / Постановление Правительства РФ № 644 от 02 августа 2011.*