

Ван Циншен

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ И РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ГОРОДОВ

1. Понятие историко-культурного туризма

Для классификации рекреационной деятельности (в данной работе понятия “рекреационная деятельность” и “туристическая деятельность” автор понимает как синонимы) существуют разные подходы. По цели или главным мотивациям путешествия предлагаются следующие виды туризма. По мнению американского учёного В.Смита (V.Smith), существуют шесть категорий туризма[1]: *этнический туризм; культурный туризм; исторический туризм; экологический туризм; рекреационный туризм; деловой туризм*. Украинский учёный Н.П.Крачило предложил шесть видов туризма[2]: *курортно-лечебный; культурно-развлекательный* (туристические путешествия, проводимые с целью ознакомления с историко-культурными, археологическими и архитектурными достопримечательностями, посещения музеев, картинных галерей, театров, фестивалей, спортивных соревнований и других объектов культуры); *спортивный; познавательно-деловой; религиозный; промысловый*. Русский учёный Н.С.Мироненко считает, что по главному мотиву рекреационная деятельность делится на следующие виды[3]: *лечебная; оздоровительная и спортивная; познавательная* (натуралистическая, культурно-историческая). Русский учёный В.А.Квартальнов считает, что мотивы в определённой степени предопределяют поведение человека в качестве покупателя турпродукта, влияя на выбор практически всех его составных элементов, и по цели путешествия предлагает следующие виды[4]: *отдых, досуг, развлечение; познание; спорт и его сопровождение; паломничество; деловые цели; гостевые цели*. Он считает, что главная задача историко-культурного туризма состоит в том, чтобы познакомиться с достижениями культуры, науки и техники (музеи, галереи, культовые сооружения, архитектурные ансамбли и т.п.), посетить исторические места и сооружения.

Мы считаем, что классификация рекреационной деятельности должна быть многоуровневой. Туристические потребности *основного уровня* представлены ландшафтным туризмом, включая гуманитарные и природные ландшафты, который удовлетворяет потребности туристов в познании природы и культуры. Туристические потребности второго уровня – *повышенного уровня*, направлены на удовлетворение туристами подробностей в развлечениях. *Специальный уровень* туристической потребности включает любование памятниками культуры, курортно-лечебную деятельность, отдых, участие в конференциях, паломничество, научные экспедиции и т.д. Историко-культурный фактор является единственной постоянной аттрактивности во всех трёх уровнях туристических потребностей.

Мы считаем, что историко-культурный туризм представляет собой туристическую аттрактивность, которая определяется совокупностью факторов культуры и истории. По общему значению историко-культурный туризм является самой активной частью среди всех факторов туристической аттрактивности. В современной интерпретации, культурный ландшафт имеет свойство универсальности, аутентичности и целостности как объект культурного и природного наследия[5]. Историко-культурный туризм существует вместе с другими факторами, которые играют очень важную роль в развитии индустрии туризма. Например, в Италии, в 1991 г. 36% всех туристических посещений в Средиземноморский бассейн пришло на него. Основные туристические ресурсы Италии – горы, озера и *культурные и исторические ценности*, в первую очередь, привлекают иностранцев, а не местных туристов. Среди главных мотивов прибытия в страну 45% иностранных гостей отмечают её культурно-исторические ценности, 43% – климат, 27% – природу и около 30% – комбинацию всех предыдущих[6].

Для формирования туристической аттрактивности *историко-культурный туризм* должен содержать следующие аспекты (табл.1):

(1) Туризм по знакомству с искусством и литературой

Известные деятели литературы и искусства и их произведения могут быть ведущим фактором при-

влечения иностранных туристов. Например, роман Н.Островского “Как закалялась сталь” не только был включен в “Список рекомендованных книг для школьников” министерства образования Китая, но и был важной причиной привлечения многих китайских туристов в Украину. Прекрасные стихотворения великого русского поэта А. Пушкина привлекают иностранных любителей литературы посетить Россию. Известно, что китайский древний философ Лаоцзе написал пятитысячесловную книгу, которая называется “Канон нравственности”. В этой связи возникла известная достопримечательность – “Тэйчжугун”, находящаяся в пригороде Саньмэнцзя провинции Хэнань Китая, которая является местом написания этой книги Лаоцзем[7]. Древнекитайского философа Конфуция называли “учителем человечества”[8], его книга “Лунь юй” является частью основ “Этики”. До сих пор родина Кунфуция – город Чюйфу провинции Шаньдун Китая является одной из самых популярных достопримечательностей Китая, и архитектурные ансамбли (включая Кунфу – место жительства Кунфуция, Кунмяо – храм Кун и Кунлинь – мавзолей Кун) были включены как культурные ландшафты в Список всемирного наследия ЮНЕСКО (UNESCO).

(2) Исторический туризм

Исторические памятники не только являются целевыми местами работы специалистов, но и интересными местами для массовых туристов.

(3) Туризм архитектурной культуры

Каждая страна или каждый народ имеет свои историко-культурные источники. Архитектурная культура как “застывшие исторические стихи”, стили архитектуры весьма разнообразны. Как правило, разница стилей архитектуры разных стран и национальностей является главной причиной формирования потока иностранных туристов. Например, туристам из восточных стран нравятся стили архитектуры Венеции Италии, Москвы и Санкт-Петербурга, Киева. И наоборот, туристов из западных стран интересуют восточные стили архитектуры. Например, китайские города Шянь, древний город Пинъюань (провинции Шаньси), и древний город Даянь (провинции Юньнань) являются первоочередными целевыми местами иностранных туристов в Китае.

(4) Туризм тематических парков культуры

Тематические парки (Theme Parks) являются искусственными рекреационными ресурсами, которые рождены творческой мыслью и создают особую атмосферу с одной темой или несколькими темами, чтобы привлекать туристов. В 1955 г. американец Уолт Дисней (Walt Disney) создал Диснейланд (Disneyland), открывая историю тематического парка в мире. Вслед за ним, в западных странах, особенно в Северной Америке и Европе, были созданы великолепные тематические парки, самым популярным среди которых стал парк “Экскурсия космической студии” (The Universal Studio Tour) Голливуда, и который привлекает около 10 млн. туристов ежегодно.

Развитие тематических парков в Китае прошло две стадии[9]. В конце 80-х годов прошлого века тематические парки были созданы по темам имитации древней культуры Китая, культуры других народов и разных стран мира. Главным тематическим парком стал “Прекрасный Китай”, созданный в современном городе Шэньчжень. “Прекрасный Китай” занимает площадь 300 тыс. кв. метров, в его обустройство вложено 12,2 млн. долл. США. Он является самым крупным тематическим парком по величине и оборудованию в мире с полным набором тематических экспозиций об истории, культуре, искусстве и древней архитектуре Китая[9]. Он был открыт в сентябре 1989г., и в конце 1991г. уже полностью окупил все затраты. С 1990 по 1993г. “Прекрасный Китай” принимал по 447 тыс. иностранных туристов ежегодно. Большую популярность получили тематические парки “Окно мира” в городе Пекин и “На реке в День поминовения усопших” в городе Кайфин провинции Хэнань. В настоящее время тематические парки культуры как вид индустрии рекреации уже стали ведущей частью историко-культурного туризма Китая.

(5) Туризм городской среды и культуры

Города как места сосредоточения культуры, экономики и политики стран и регионов имеют своё преимущество и формируют туристический рынок первого класса для иностранных туристов. Их роль в историко-культурном туризме постоянно возрастает.

(6)Музейный туризм

Музеи как места экспозиции историко-культурной квинтэссенции страны пользуются достаточно высокой аттрактивностью, особенно для иностранных туристов. Например, музей Гугун (Пекин, Китай), музей Эрмитаж (Санкт-Петербург, Россия), Лувр (Париж, Франция), Прадо (Мадрид, Испания) и т.д. являются всемирными достопримечательностями.

Представленные шесть видов историко-культурного туризма формируют ядро культуры туристических центров.

2. Историко-культурный туризм и развитие туристических городов

Историко-культурный туризм играет важную роль в формировании и развитии туристических городов. В территориальных рекреационных системах – ТРС (В.С. Преображенский, 1971) [10], подсистемы природных и культурных комплексов являются ядрами их туристической аттрактивности. В отличие от природных факторов, историко-культурный фактор сочетает характерные черты подвижности и неподвижности и имеет свою историческую динамику. С повышением уровня культуры населения, историко-культурный туризм играет более важную роль в развитии туристических центров. Места сохранения памятников истории и культуры формируют туристические районы, узловыми, фокусными точками которых являются туристические города. Поэтому именно туристические города служат конечными целевыми местами туристов.

Современные города выполняют множественные функции: политические; экономические; научно-образовательные; транспортные; информационные; культурные; туристические[11]. Для большинства городов мира характерна тенденция последовательного усиления туристических функций.

Мы считаем, что развитие городов как туристических центров должно включать семь функциональных систем.

(1) Система туристической аттрактивности. Включает настоящие достопримечательности, памятники и достопримечательности культуры, нравов, истории и т.п. города. Она должна в полной мере представлять характерные черты и культурное содержание города.

(2) Система обслуживания. Функция системы направлена преимущественно на качественное обслуживание рекреантов.

(3) Система транспорта. Функция данной системы проявляется в двух аспектах: она должна представлять туристам хорошие условия для посещения города и перемещений по городу; в тоже время транспортная система является важной планировочной особенностью города.

(4) Система знаков указателей. Система знаков является важной частью интернационализации города, включая проектирование знаков, систему их объяснения и систему объясняющих языков. Система объясняющих языков очень важна. В принципе, английский язык является основным для иностранных туристов. Кроме того, применительно к конкретной языковой атмосфере разных стран туристам нужен второй язык. Например, в странах СНГ можно использовать английский и русский языки как основные языки системы объяснения чтобы удовлетворить запросы иностранных туристов.

(5) Система контроля качества обслуживания.

(6) Система поддержки инфраструктуры города.

(7) Система страхования и личной безопасности туристов.

Город как туристическое целевое место, в первую очередь, должны обладать своим стилем. По требованиям туристического маркетинга, для выбора иностранных достопримечательностей туристов интересуют прежде всего именно города. Чтобы соблюдать постоянно сильную жизненную силу туристических городов, им надо поддерживать содержание культуры.

Города, которые обладают характерными чертами истории и культуры, могут подразделяться на следующие модели развития:

(1) Комплексный центр

Города являются совокупностью центров культуры, политики, экономики, науки, образования стран

или регионов. Такими, в частности, являются столичные города: Пекин, Москва, Киев, Париж, Рим и т.д. Для рационального развития этих городов, очень важной задачей является претворение в действительность принципов устойчивого развития, сохранять историко-культурные памятники и вместе с тем не ограничивать развитие экономики города. Например, город Кайфин провинции Хэнань является известным туристическим городом Китая, имея славное звание “Древний город семи династий”. В истории Китая здесь семь раз была столица Китая, особенно в период северной Сун (960-1027). Кайфин (тогда его называли Тунцзин – восточная столица) был одним из самых оживлённых, развитых и больших городов в мире. Чтобы сохранить памятники древнего города, городское правительство решило размещать новые предприятия промышленности преимущественно с новыми технологиями только в западной части города. Кайфин является удачным примером согласованности противоречивых интересов между экономическим развитием и охраной культурно-исторических памятников в туристических городах.

(2) Историко-культурный центр

Города являются как местами сосредоточения историко-культурных памятников, так и мировыми известными центрами курортного туризма. Например, Одесса – крупный центр рекреации – курортного лечения и оздоровления, туризма, массового неорганизованного отдыха, которые по главным направлениям могут и должны выходить на международный уровень[12]. Тем более, что глубокая атмосфера культуры Одессы формирует сильную аттрактивность города для иностранных туристов. Соединение культурных и природных (приморское положение, тёплый климат) ресурсов позволяет Одессе становиться известным туристическим городом мира.

(3) Экономический центр

Важнейшей характерной чертой данного вида туристических городов являются развитая экономика, совершенная инфраструктура, современный стиль жизни городов. Для них очень важной задачей является ускоренное развитие экономики и улучшения условий жизни населения. Города Шанхай и Шэньчжень в Китае стали лучшими примерами туристических центров такого типа. Иностранные туристы вспоминают их как сочетание “развитых городов” и “прекрасных мест туризма”. В 1995г. министерство туризма Китая вместе с другими заинтересованными ведомствами организовало “Определение отличных городов туризма Китая”, в результате чего в 1998г. утверждены первые 54 города в звании “Отличных городов туризма Китая”, а в 1999 г. – ещё 127 городов. Большинство “отличных городов туризма” являются развитыми экономическими центрами.

(4) Монофункциональные города культуры и истории

Такие города представляют собой высокую историко-культурную ценность. Другие функции – политические, экономические, научные и образовательные, транспортные, и т.д. в них развиты слабо или же отсутствуют. Обычно они являются музеями “под открытым небом”, имеют большую ценность для познания эволюции человеческой культуры, и поэтому обладают большим преимуществом для привлечения иностранных туристов. Например, древний город Пинъюэ провинции Шаньси был самым важным финансовым центром Китая 160 лет назад. Здесь в полной мере сохраняются древние стены и оригинальные здания древнего города. Величественные стены и здания города строили строго по системе ритуала. В 1997г. древний город Пинъюэ был включен в “Список мирового наследия” ЮНЕСКО. В настоящее время он уже стал популярной достопримечательностью мира.

3. Строительство центральной зоны рекреации и коммерции в туристических городах

(1) Центральная зона рекреации и коммерции

Строительство центральной зоны рекреации и коммерции – ЦЗПК (Center of recreational and commercial district - CRCD) значит, что каждый город должен располагать своим привлекательным кварталом, который полно выражает свой исключительный стиль культуры и жизни жителей данного города. ЦЗПК как важная часть функциональной структуры города должна стать ярким знаком туристического города и важным районом туризма. Другими словами, ЦЗПК должна быть многоаспектной, комплексной, многофункциональной. Она выделяется как красивая и интересная часть города, которая интересна при-

езжающим туристам и которая популярна как рекреационная зона для местных жителей. Для туристических городов ЦЗРК является “душой города”.

ЦЗРК туристических городов должна включать следующие необходимые элементы: а) пешеходная улица, а то и пешеходный квартал города, как улица Дерибасовская в Одессе (Украина); б) места развлечения как традиционной культуры, так и современной массовой для молодежи; в) локальную торговую сеть; г) маленькие своеобразные бары; д) центры и площадки для выступлений, конкурсов, традиционных праздников, и т.д.

(2) Рекреационная зона вокруг городов

Формирование рекреационной зоны вокруг городов зависит от величины городов и определяется их влиянием на пригородную зону. Для развития туристических городов это объективный и необходимый процесс. Рекреационная зона вокруг городов формируется на стыке города и пригорода. С помощью строительства рекреационной зоны вокруг города можно значительно нарастить его туристический потенциал и обеспечить долгосрочное развитие города.

Литература

1. Smith V. Hosts and Guests / University of Pennsylvania Press. – Philadelphia, 1977.
2. Крачило Н.Г. География туризма. – К.: Виша школа, 1987. – 208с.
3. Мироненко Н.С. Рекреационная география, – М.: изд. Московского университета, – 1981. – 207с.
4. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320с.:ил.
5. Веденин Ю. А. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия. // Известия РАН , Серия географическая, 2001. - №1.
6. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 160с.: ил.
- 7、王庆生, 区域旅游开发规划与实施协调机制案例研究, 经济地理, 1995年第二期, 中国长沙。
Ван Циншен. Исследование (с примерами) системы координированности взаимосвязей между туристическими планированиями регионов и их реализацией. // Экономическая география (научный журнал), 1995. - №2. Чанша провинции Хунань, Китай.
8. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г., Этика: Учебник. – М.: Гардарика, 1998. – С.44-53.
- 9、保继刚, 大型主题公园布局初步研究, 地理研究, 1994, 13 (3) : 83-89, 中国北京。
Бао Дзиган. Первоначальное исследование размещения огромных тематических парков. // Географическое исследование, 1994. - №3. – С.83-89. Пекин, Китай.
10. Преображенский В.С., Веденин Ю.А. География и отдых. – М.: Знание, 1971. – 48с.
- 11、魏小安, 旅游城市与城市旅游, 旅游学刊, 2001, 16 (6) : 8-12, 中国北京。
- Уй Сяоань. Туристические города и городской туризм. // Туристический журнал, 2001. - №6. – С.8-12. Пекин, Китай.
12. Одесса: Город – агломерация – портово-промышленный комплекс (под общей ред. Топчиева А.Г.). – Одесса: ДО БАХВА, 1994. – С.130-150.

Таблица №1. Содержание историко-культурного туризма

ВИД	СОДЕРЖАНИЕ	*)УРОВНИ	**) ТИП МОТИВОВ
1. Туризм искусств и литературы	известные деятели литературы, театра, кино; произведения скульптуры; художественные промыслы; театры, студий и т.д.	специальный	МЭ МД
2. Исторический туризм	памятники человеческой цивилизации и социально-экономической культуры; древние города, развалины древних городов; памятники военной культуры (крепости, оборонные стены и валы, места битв и сражений и т.п.)	специальный	МД
3. Туризм архитектурной культуры	архитектурные ансамбли, дворцовые комплексы, культовые сооружения и храмы; малые архитектурные формы (здания, башни, арки, залы, пантеоны, мавзолеи, мемориальные пещеры, камни и обелиски); гидротехнические сооружения (плотины, каналы, гидроэлектростации); портово-промышленная архитектура; рекреационная архитектура	специальный	МД
4. Туризм тематических парков культуры	искусственные ландшафты (селитебные, рекреационные, спортивно-оздоровительные, промышленные, транспортные)	повышенный специальный	МД МЭ МТ
5. Туризм городской среды и культуры	городская среда и городская культура; панорамы городов; ландшафтно-планировочная организация и застройка городов	основной повышенный	МН МД
6. Музейный туризм	музеи, выставки, историко-культурные мероприятия и презентации	специальный	МД

**) уровни рекреационной деятельности.*

***) По теории уровней требования человека (Abraham Maslow), мы предлагаем следующие типы мотивов рекреантов: мотив настроения(МН) – тоска по родным местам, знакомство с людьми, вера; мотив тела(МТ) – лечебная потребность, оздоровительная потребность, спортивная потребность; мотив души(МД) – познавательная потребность, потребность знаний, потребность удовольствий и любования; и мотив экономики(МЭ) – покупательная цель, торговая цель, деловая цель.*