



eISSN 2311-2468
Том 2, № 18. 2014
Vol. 2, no. 18. 2014

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



ФИРСТОВ М. И., ЖУЛИНА М. А.

**ПРИНЦИПЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ
КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА**

Аннотация. В статье рассматриваются принципы территориальной организации туризма на основе кластерного подхода. Авторы акцентируют внимание на формировании туристских кластеров как ключевых элементов территориальной организации и их структурных особенностях применительно к сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, кластер, региональная политика, территориальная организация, внутренний туризм.

FIRSTOV M. I., ZHULINA M. A.

**THE PRINCIPLES OF TOURISM TERRITORIAL ORGANIZATION:
THE CLUSTER APPROACH**

Abstract. The article deals with the territorial organization of tourism on the basis of cluster approach. The authors focus on the formation of tourist clusters as the key element of tourism territorial organization.

Keywords: tourism, cluster, regional policy, territorial organization, domestic tourism.

Сегодня с уверенностью можно говорить о том, что в России на государственном уровне выработалось понимание необходимости интенсивного развития отечественного туристского сектора. Сразу после утверждения в 2011 году федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» многие регионы страны приступили к разработке либо корректировки соответствующих региональных программ. На сегодняшний день подобные программы сформированы и реализуются более чем в шестидесяти субъектах Российской Федерации.

Практически каждая из них, вне зависимости от предложенной структуры, нацелена на решение характерных для туристской отрасли проблем: недостаточное развитие туристской и сопутствующей инфраструктуры, низкое качество предоставляемых туристских услуг, недостаточное информационное обеспечение туризма, слабая подготовленность туристских кадров. Данные программы подготовлены с учетом проведенных исследований туристско-рекреационного потенциала регионов и выделяют для каждой территории приоритетные виды туризма. Перечень сформулированных в них мероприятий кажется абсолютно обоснованным и исчерпывающим для решения поставленных задач. Однако практика реализации данных программ показывает, что в

большинстве случаев исполнение намеченного плана мероприятий не приводит к интенсивному формированию в регионах современных туристско-рекреационных комплексов и кратному увеличению въездного туристского потока.

Причина несоответствия запланированных и фактических результатов производимых усилий видится нам в отсутствии четкого территориального планирования при формировании стратегии развития региональных туристских систем. Большинство программных инструментов, сформированных в субъектах Российской Федерации, носят исключительно функциональный характер и не имеют ясно сформированных рекомендаций относительно пространственной организации туризма.

Общеизвестно, что развитие туризма напрямую зависит от широкого перечня факторов и отраслей: природно-климатических и культурно-исторических ресурсов, транспорта, связи, торговли, здравоохранения, безопасности, образования, спорта, финансовой сферы, рекламной-информационной среды, административного управления. Эффективное развитие туризма можно ожидать лишь там, где наиболее оптимально сочетаются все эти факторы.

Существующая политика регионов зачастую не учитывает данного положения туристской отрасли. Размещение объектов туристской индустрии осуществляется хаотично, исходя из наличия на той или иной территории определенных располагающих к тому факторов, при этом должной консолидации усилий между представителями различных сфер социально-экономической деятельности не происходит: например, строительство нового санаторного комплекса не сопровождается обеспечением прилегающей территории качественной сотовой связью, реконструкция этнокультурного центра не обеспечивается ремонтом автомобильной дороги. Таким образом, отсутствие грамотной схемы территориального планирования, значительное рассредоточение объектов заведомо закладывает в формируемый туристский комплекс характеристики, понижающие уровень его конкурентоспособности.

Целесообразным подходом при формировании программы развития туризма в регионе нами видится выявление наиболее перспективных «точек роста» и концентрации основных финансовых и организационных усилий на формировании локализованных туристских центров, обеспеченных полным спектром необходимых сопутствующих элементов.

Максимальная локализация объектов туристской индустрии позволит получить реальные преимущества, которые можно определить как синергетический эффект. Среди них:

- снижение издержек на создание сопутствующей инфраструктуры;
- снижение фактора сезонности в деятельности предприятий сферы туризма за счет расширения перечня предлагаемых услуг;
- удешевление конечного туристского продукта за счет сокращения трансфертных расходов;
- возможность предложения туристам более интенсивных программ пребывания за счет сокращения времени, проведенного в пути;
- упрощение координации туристских потоков и контроля качества туристских услуг;
- возможность формирования более четкой политики продвижения туристского продукта;
- повышение инвестиционной привлекательности туристского комплекса за счет формирования удобной инвестиционной площадки, обеспеченной необходимой инфраструктурой и имеющей стабильный туристский спрос.

Предполагается, что сконцентрировав основные усилия на развитии туристской индустрии в строго определенном, узко очерченном пространстве, можно добиться максимально высоких показателей роста туристской привлекательности при минимизации затрат. При этом созданный центр впоследствии окажет стимулирующее воздействие на развитие прилегающих территорий, чему будет способствовать их естественная интеграция в отсутствие административных и иных границ.

Подобная концепция определена как наиболее эффективная для развития отечественного туристского сектора федеральной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Согласно положениям данной программы за восемь лет ее реализации из средств федерального бюджета на нужды отечественного туристского сектора планируется выделить 96 млрд. рублей. При этом основную часть средств планируется направить на софинансирование инвестиционных проектов, сформированных в соответствии с кластерной системой [2].

В качестве основополагающего элемента при планировании развития туристского сектора России в программе предлагается принять туристско-рекреационный кластер (ТРК).

Для лучшего понимания того, что представляет собой ТРК, и каким должен быть порядок его формирования и развития, следует рассмотреть подробнее суть данного понятия.

Понятие «кластер», изначально тяготеющее к определению формы взаимодействия производственных сил, сегодня широко применяется во всех отраслях хозяйственной деятельности. Кластер – сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных организаций: поставщиков продукции, комплектующих и

специализированных услуг; объектов инфраструктуры; научно-исследовательских и финансовых институтов; вузов; регулирующих и иных организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом.

Характерными признаками кластера являются:

- максимальная географическая близость;
- родство технологий;
- общность ресурсной базы;
- наличие инновационной составляющей.

В федеральной программе развития туризма ТРК определяется как комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой [3]. Иными словами, под ТРК понимается не что иное, как перечень локализованных объектов туристской индустрии и сопутствующей инфраструктуры в наиболее широком ее понимании. Данное определение, безусловно, является верным. Однако оно не дает нам представления о том, по каким принципам формируется и развивается эффективный туристско-рекреационный кластер. Для более глубокого понимания данного вопроса требуется детализировать понятие туристского кластера.

В составе регионального туристско-рекреационного кластера нами выделены следующие структурные элементы:

- *комплекс специализированных туристских предприятий.* Основу данного комплекса образуют коллективные средства размещения: гостиницы, базы отдыха, санатории, кемпинги, детские лагеря и прочие. В пределах непосредственной близости размещаются предприятия питания, составляющие неотъемлемую часть обслуживания туристов. На обеспечении полноценного отдыха и досуга специализируются различные предприятия, формирующие основу туристской активности в пределах территории: развлекательные центры, горнолыжные комплексы, экскурсионные бюро, центры по прокату туристского снаряжения, музеи, аквапарки. Кроме того, в пределах рекреационных зон действует специализированный транспорт: экскурсионные автобусы, прогулочные суда, фуникулеры;

- *комплекс природных условий и ресурсов* характеризует территорию с точки зрения ее пригодности для развития определенных видов туризма, комфортности пребывания туристов, а также сезонных особенностей функционирования ТРК;

- *логистический комплекс* характеризует транспортную доступность территории, подразумевает оценку удаленности основных рынков формирования туристского спроса, качества подъездных автомобильных путей, их транзитную нагрузку, уровень развития железнодорожного, авиационного, речного, морского сообщения;

- *социально-бытовой комплекс* является тесно связанным с комплексом специализированных туристских предприятий и включает организации и учреждения, предоставляющие потребителям туристского продукта, наряду с местными жителями, услуги социального характера: торговля, здравоохранение, общественный транспорт, культура и искусство, развлечения, связь, безопасность;

- *информационный комплекс* обеспечивает продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Помимо средств массовой информации, Интернет-ресурсов, рекламных агентств, туристско-информационных центров и иных субъектов, чья деятельность направлена на популяризацию туристского продукта, комплекс включает в себя перечень существующих и потенциальных туристских брендов, сложившийся имидж территории в целом;

- *образовательный комплекс* призван обеспечить непрерывный процесс подготовки квалифицированных кадров для туристско-рекреационной отрасли;

- *событийный комплекс* – тот структурный элемент, который необходимо рассматривать отдельно, поскольку он является значимым и зачастую самодостаточным фактором в формировании туристских потоков;

- *административный комплекс* обеспечивает планирование развития, координацию и контроль внутри туристско-рекреационного кластера, в значительной мере объединяет остальные элементы, выделяемые в структуре кластера, в единую организованную систему. Его эффективность определяется, прежде всего, деятельностью органов государственной власти, качеством сформированной законодательной базы, регулирующей туристскую сферу, наличием в регионе саморегулируемых организаций в сфере туризма;

- наконец, *финансовый комплекс*, который подразумевает обязательное наличие средств, направляемых на развитие кластера, и должен характеризоваться как высоким уровнем частной инвестиционной активности, так и наличием необходимых бюджетных ресурсов [1].

Представленная структура дает нам исчерпывающее понимание того, что представляет собой туристско-рекреационный кластер, и позволяет производить наиболее эффективный анализ любой туристско-рекреационной системы на предмет потенциала ее развития.

Последовательный анализ территории по девяти предложенным элементам позволяет сформировать четкое представление о существующих сильных и слабых сторонах формируемого кластера, очертить его границы и предложить эффективную программу развития, основанную на пропорциональном совершенствовании выделенных элементов и предполагающую четкое разграничение обязанностей органов государственной власти и иных заинтересованных сторон в комплексном развитии территории. В конечном итоге, целенаправленные усилия в различных сферах социально-экономической деятельности приведут к формированию единой конкурентоспособной саморегулируемой системы – туристско-рекреационного кластера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дунец А. Н. Организация и территориальное планирование туристско-рекреационных кластеров // Перспективы науки. – 2010. – № 5. – С. 5–11.
2. Жулина М. А. Аспекты формирования региональной программы развития туризма Республики Мордовия / М. А. Жулина, М. И. Фирстов, Н. Е. Нехаева // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. – 2013. – № 2. – С. 35–43.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». – [Электронный ресурс: Официальный сайт Информационно-правового портала «Гарант»]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071986/>.

ГОРБУНОВА А. М., ЕМЕЛЬЯНОВА Н. А.

ТОПОНИМИКА УЛИЦ ДОРЕВОЛЮЦИОННОГО ТЕМНИКОВА

Аннотация. Авторами раскрываются вопросы топонимических особенностей городских улиц дореволюционного Темникова, который является старейшим городом Республики Мордовия. В статье делается акцент на тот факт, что многие названия старых улиц в городе не только не сохранились, но и нигде не упоминаются. Однако историческая основа топонимии играет важное значение в формировании привлекательности и образа города Темникова.

Ключевые слова: топонимика, улица, город, Темников, образ, история, познавательный интерес, городские достопримечательности.

GORBUNOVA A. M., EMELYANOVA N. A.

STREET NAMES OF PRE-REVOLUTIONARY TEMNIKOV

Abstract. The authors consider the toponymic features of streets in pre-revolutionary Temnikov as the oldest city of the Republic of Mordovia. The article emphasizes the fact that many names of the city old streets haven't been preserved and are rarely mentioned. However, the historical toponymy plays an important role in attracting tourists and improving image of the city of Temnikov.

Keywords: place name, street, city, Temnikov, image, history, cognitive interest, city attractions.

Без преувеличения можно сказать, что мы живем в мире географических названий. Нельзя представить себе даже самую небольшую поездку за город, чтобы не прибегнуть к названиям: вокзала, на котором мы сядем в поезд; станции, где сойдем; речки, в которой собираемся искупаться. А если предпринять большое, длительное путешествие, то количество названий, к которым нам придется обращаться, возрастет во много раз [3].

Практически каждое старинное наименование – это застывшая история, памятник былым столетиям и нашим предкам. Прошедшие сквозь века, они для нас не только свидетели важных и примечательных фактов из истории города и государства: нередко они несут в себе уже исчезнувшие из активного употребления слова нашего языка, слова давно забытые; тем больше ценность таких топонимов [1]. Особенно много таких названий в старинных провинциальных городах нашей огромной России. Топонимика наименований самих городов, их районов, улиц, площадей и даже отдельных зданий, предприятий, сооружений может представлять большой познавательный интерес для туристов и экскурсантов.

Город Темников входит в число старинных провинциальных городов России и выделяется среди других городов своей самобытной историей, культурой и живописной природой. Этот старейший город Мордовии был основан в XIV веке как город-крепость на южной границе Московского государства. И почти 500-летняя история города отразилась в названиях его улиц. Нами был осуществлен их топонимический анализ. Подобные исследования встречаются в работах А. М. Пегова «Имена московских улиц», П. В. Сытина «Прошлое Москвы в названиях улиц», М. П. Матвеевой «Свидетели истории народа» и т.д., но работ, которые бы затрагивали топонимику малых городов не так много. В своем исследовании мы опирались на труды местного темниковского краеведа А. А. Чернухина, который собрал большой исторический материал о городе и его жителях [5].

В своем исследовании мы рассмотрели топонимику улиц дореволюционного Темникова, потому что, на наш взгляд, их прежние названия более глубоко отражают историю, быт, экономику города, культуру и менталитет темниковцев. Они появились практически в момент зарождения города и являются самыми старыми. После значимых событий 1917 года эти улицы были переименованы. На процесс переименования всех улиц Темникова после 1917 года повлияла смена политической власти и системы ценностей среди жителей. Ведь именно в географических названиях, как говорят исследователи, отражены знания о жизни горожан, их деятельности и значимости. И только исконные названия представляют интерес для туристов и экскурсантов [2].

В настоящее время всего несколько улиц сохранили сведения о Темникове как о городе-крепости, защищавшем территорию Российского государства от набегов ногайцев и других кочевников. Во всю длину восточной городской черты проходила Валовая и Напольная (ныне улица Октябрьская) улица. Валовая, потому что была расположена вдоль насыпного холма – вала, высотой 4-5 метров (он сохранился и поныне – территория кладбища). А Напольная, потому что выходила на окрестные поля. На этой улице стояли сторожевые вышки и велось наблюдение за подходами к крепости врагов.

Улица Н. К. Крупской носила раньше название Выползовская. Это объясняет основную особенность устройства Темниковской крепости. Одна из ее стен была построена на краю оврага, который назывался Самбек, и, в случае долговременной осады, из города был сделан тайный ход [5].

Существовали также улицы Стрелецкая (Первомайская), Холоповая (Пролетарская) и Пушкарская слобода (район пожарной части). Происхождение их названий связано с наименованием служивых людей, которые обслуживали крепостные стены.

В городе есть улицы, которые носили названия тюркского происхождения. Они появились одновременно с улицами предыдущей группы. Это названия двух татарских дворянских слобод: Ахмылевская (часть ул. Первомайская, ул. Крупской, ул. Пролетарской) и Сторожевая Большая Ширлейская, (часть ул. К. Либкнехта, ул. Гражданская и ул. Комсомольская). Этимология названий этих слобод связана с именами татарских мурз, проживавших в них [4].

Наименования финно-угорского происхождения в названиях темниковских улиц отсутствуют, т.к. город, перенесенный на новое место в 1536 году, имел исконно русское происхождение и первые его поселенцы были русскими. Но есть среди них улицы, названия которых отражают следующий этап развития города. Это улица Приезжая (нынешняя ул. Чапаева), ул. Рассыльщикова и Ямская слобода. Появление данных наименований связано с тем, что город стал терять свое первоначальное военно-стратегическое назначение. Когда Казань была покорена, а восточные границы Русского государства расширены, царь Иван IV в 1555 году создал новую укрепленную линию в Поволжье для наблюдения и предотвращения набегов Ногайской орды. Темников становится глубинным пунктом и приобретает иное значение. Из военно-стратегического он превращается в административно-политический центр управления краем. Вблизи Темникова проходила так называемая «Большая посольская дорога» и в город заезжали именитые гости, направлявшиеся в Москву с юга. Так, в апреле 1658 года в Темникове останавливалось персидское посольство. В связи с этим возникает потребность в строительстве новых улиц для размещения гостей. Так появляется улица Приезжая. На этой улице располагались так называемые «номера», прототип современных гостиниц. Появление двух других названий связано с поселением ямщиков, обслуживавших конные экипажи и рассыльщиков, выполнявших доставку документов (курьеры).

В XVII-XVIII вв. в Темниковской округе было основано несколько монастырей. В самом Темникове до революции 1917 года насчитывалось 7 церквей, 2 монастыря и 2 собора. С их существованием связана следующая рассматриваемая нами группа улиц. Их названия образовались по наименованиям религиозных объектов – Троицкий переулок (улица Советская) и Соборная площадь (ныне улица Коммунистическая, в советский период она называлась улица Сталина, а до этого Большая Кадомская) (рисунок 1). Троицкий переулок выходил к Троицкой церкви. А на Соборной площади находился Спасо-Преображенский собор. Это еще одна страница истории города. Более двух с половиной веков Спасо-Преображенский собор был главным храмом Темникова. Возведенный в 1714 году, он многократно перестраивался на средства местных благотворителей. В конце 1970-х годов собор был

разрушен как и остальные религиозные объекты. До наших дней уцелела только одна церковь в честь Успения Пресвятой Богородицы (1827), возводившаяся как памятник погибшим воинам в Отечественной войне 1812 года.



Рисунок 1- ул. Коммунистическая (бывшая Большая Кадомская)

[фото автора]

Стоит обратить внимание на тот факт, что названия улиц, произошедших от религиозных объектов весьма типичны для старых русских городов, но и в этом отношении Темников исключение. Группа названий, связанных с этими объектами, одна из малочисленных, что свидетельствует о светском характере жизни людей. В городе проживало большое количество купцов и дворян, многие из них учились в Москве и Санкт-Петербурге, а некоторые получали образование даже за границей. Имена некоторых фамилий также отражены в названиях улиц дореволюционного Темникова. Это самая большая часть рассматриваемых наименований. «Именные» улицы произошли от фамилий купцов II гильдии, живших на них: улица Бучумова (ул. Ленина), улица Коробкова (ул. Пензенская), улица Шустикова (ул. К. Либкнехта), улица Бабинкова (ул. Комсомольская), улица Немцова (ул. Московкая) и др. (всего 14 фамилий).

Как было ранее отмечено, наряду с купечеством в Темникове проживало значительное число дворян, но ни одно из названий улиц не было связано с их именами. Это можно объяснить тем, что купечество было более зажиточным, а значит более влиятельным среди местного населения. Кроме того, купцы проживали на территории города постоянно и были ближе к городскому населению.

Название, связанное с промышленной сферой города, отображено в улице Заводская (она и поныне так называется). В XIX в. в Темникове существовали не только ремесленные мастерские, но и 3 фаянсовые фабрики братьев Баженовых, Самышкиных и И. А. Мелентьева, 2 чугунолитейных завода Понамарева и Скоробогатова, 2 кожевенных завода и другие промышленные объекты. Но неактуальность производственной темы для системы данных названий объясняется тем, что все эти предприятия территориально находились очень близко друг к другу.

Природные наименования составляют малую долю от общего числа рассматриваемых нами улиц. Наибольшую группу из них составляют наименования, образованные от существительного «песок»: Нижняя песочная (улица Дзержинского), Верхняя песочная (улица К. Маркса), Песочная средняя (переулок между ними), Песочная мостовая (выход к мосту), Песочная Кунавина. Дублирование в названиях данной группы улиц, связано прежде всего с тем, что Темников располагается на песчаниках и в меньшей степени с тем, что в то время названия улицам давали сами жители и это никак не регулировалось со стороны городских властей.

Единственным наименованием рассматриваемой группы, имеющее другое значение, является улица Ольховка (улица Красина). Название улицы объясняется тем, что данная окраинная улица была ольховым лесом между городом и Емашевской рощей. На этой улице существовал и так называемый Ольховский колодец, известный среди местных жителей своей чистой водой. Больше в городе нет улиц, отражающих ландшафтные и природные особенности, что считается не характерным для старых русских городов.

Наличие в Темникове таких улиц, как Арзамасская (улица Интернациональная), Большая Кадомская, Малая Кадомская (улица Войнова), Большая Спасская (улица Р. Люксембург), Малая Троицкая (эти улицы были выездными) свидетельствует о тесной связи города с другими близлежащими уездными городами: Арзамасом, Спасском, Троицком и Кадомом соответственно.

Таким образом, проведенный топонимический анализ показывает насколько может быть интересной история населенных пунктов, отраженная в названиях улиц. В свою очередь,

результаты данного исследования могут найти применение в создании туристско-экскурсионных маршрутов по городу Темникову.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбаневский М. В. Названия улиц в малых исторических городах России как компонент их историко-культурного ландшафта: судьбы, проблемы, решения // Ономастика и общество. – Тамбов: ТГУ, 2010. – С. 11–20.
2. Емельянова Н. А. Потенциал малых городов Мордовии для развития туризма / Н. А. Емельянова, С. В. Сарайкина // Проблемы региональной экологии. – 2013. – № 3. – С. 92–96.
3. Пospelов Е. М. Туристу о географических названиях. – М.: Профиздат, 1988. – 191 с.
4. Холмогоров В. И. Материалы для истории, статистики и археологии города Темникова и его уезда XII–XVIII столетиях / В. И. Холмогоров, Г. И. Холмогоров. – Тамбов: Губернская Земская типография, 1890. – 141 с.
5. Чернухин А. А. Темников. – Саранск: Мордов. кн. изд-во, 1973. – 208 с.

ГУРКИНА Е. Н., НЕХАЕВА Н. Е.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИВОЛЖСКОМ
ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ**

Аннотация. Авторами раскрываются основные перспективы развития этнического туризма на территории Приволжского федерального округа. Подчеркивается важность и значение этнического туризма для такого полиэтнического и поликонфессионального региона, как ПФО России.

Ключевые слова: туризм, этнический туризм, турпродукт, традиционный образ жизни, население, народы, Приволжский федеральный округ.

GURKINA E. N., NEKHAEVA N. E.

PROSPECTS OF ETHNIC TOURISM IN THE VOLGA FEDERAL DISTRICT

Abstract. The article considers the main prospects of ethnic tourism on the territory of the Volga Federal District. The authors emphasize the importance and significance of ethnic tourism for the Volga Federal District as a multiethnic and multi-religious Russian region.

Keywords: tourism, ethnic tourism, tourist product, traditional lifestyle, population, ethnic groups, Volga Federal District.

Туризм является одной из прогрессивных отраслей мировой экономики. Особую популярность в настоящее время набирает этнический туризм. Все больше категорий туристов начинают активно интересоваться сложной многонациональной культурой России.

Россия – страна огромного потенциала и необычайно живописных народных традиций. У нее есть все необходимое для развития туризма – огромная территория, богатое историческое и культурное наследие. В ответ на это в российском культурно-познавательном туризме зарождается новое направление – этнический туризм. Мировая практика показывает, что этот вид туризма может удовлетворить целый ряд потребностей человека, особенно, духовных. Этнический туризм может являться одним из возможных стратегических направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия и являться фактором устойчивого развития территорий, посредством вовлечения коренного населения в создание оригинальных турпродуктов и развитие рекреационной деятельности. Наряду с такими устоявшимися мерами, как сохранение и развитие традиционного образа жизни, национальных ремесел и искусства, образования и укрепление здоровья представителей коренных народов, заложены механизмы более активного вовлечения их в экономическую жизнь регионов.

Приволжский федеральный округ (ПФО) – один из наиболее развитых промышленных и сельскохозяйственных субъектов России, обладающий возможностями для развития этнического туризма. По данным Всероссийской переписи населения 2010 г. в нем проживает многонациональное население – 21,3 % от общего числа граждан страны, 140 представителей различных наций, народностей, этнических групп [2].

Наиболее важная часть этнического туризма – ознакомление с культурой и традициями различных этносов. Традиции – это система ценностей, норм поведения, позиций и принципы отношений между людьми. Характеристика народных традиций включает в себя анализ существующих традиций, определение их места в жизни страны и привязку этих традиций к конкретным территориям и этносам.

В этнотуризме отдельно можно выделить ностальгические туры. Во время таких поездок, туристы знакомятся с определенной этнической группой населения, проживающей либо на месте своего рождения, либо месте, где жили предки. Туристы знакомятся с их жизнью, особенностями культуры, бытовыми моментами и т. д. Это хороший способ узнать больше о своих корнях или изучить историю интересующего народа ученым, любителям. Благодаря такому новшеству в туризме, многие даже находили своих дальних родственников на чужих землях. Иногда люди посещали места, где проживали их отцы, деды или они сами в далекой молодости были выселены с этих окрестностей [5]. В большинстве случаев, именно ностальгия подталкивает к изучению особенностей определенной культуры.

Развитие этнического туризма в России становится новым и ведущим направлением деятельности. Этот вид туризма будет востребован в будущем в связи с его уникальностью и неповторимостью, так как в настоящее время этническое разнообразие сокращается со скоростью, соизмеримой с темпами утраты биологического разнообразия. По некоторым прогнозам, к концу XXI в. более половины из существующих в настоящее время этнических языков могут исчезнуть навсегда. Коренные малочисленные народы являются носителями уникальной культуры и системы хозяйствования, поэтому развитие этнического туризма перспективно на территориях их традиционного проживания [3].

К предпосылкам развития этнокультурного туризма в России можно отнести следующие:

1) высокая степень этнического разнообразия населения, проявляющаяся не только в национальном или макрорегиональном масштабах, но и в пределах отдельных субъектов федерации и даже на уровне низовых административных единиц (районов, муниципалитетов, сельских поселений);

2) уникальное сочетание различных этнокультурных комплексов, прежде всего, восточнославянского, тюркского и финно-угорского, сложившееся в процессе длительной межэтнической интеграции, аккультурации и ассимиляции;

3) необходимость активной пропаганды идей межэтнической толерантности с учетом напряженных, а в некоторых регионах – серьезно осложнившихся за последние десятилетия – межэтнических отношений;

4) традиционно сравнительно невысокий (в Приволжье, на Урале) и резко снизившийся за последние десятилетия вследствие массовых миграций (на Северном Кавказе) уровень территориальной консолидации этнических групп в соответствующих национальных республиках;

6) деструктивное влияние урбанизации на традиционный культурный комплекс практически всех этнических групп страны;

7) необходимость более эффективного продвижения на отечественном и зарубежных туристских рынках регионов России, в особенности — с низким рейтингом туристских предпочтений клиентов [1].

Количество народностей и национальностей, имеющих интересный быт и традиции, в нашей стране огромно. В России проживает 143 млн. чел. и более 180 народов, каждый из которых имеет свои традиции, культуру, язык и ремесла, но, к сожалению, этот потенциал почти не раскрыт [6].

Т. Ю. Тихонова, анализируя современное состояние этнического туризма и уровень развития этноориентированного туризма в российских регионах, условно группирует их следующим образом:

1) регионы, активно развивающие этнотуризм и имеющие для этого необходимый этнокультурный потенциал и достаточно развитую туристскую инфраструктуру (Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа, частично Краснодарский и Ставропольский края);

2) регионы, привлекательные и перспективные для развития этнотуризма, но имеющие недостаточно развитую туристскую инфраструктуру (Хабаровский край, Республика Саха (Якутия), Республика Коми, Поволжье, Север Европейской части России, Прибайкалье, Республика Алтай, республики Северного Кавказа, Камчатский край, Сахалин, республики Хакасия и Марий Эл, Чувашская Республика) [4].

К последнему типу регионов относятся субъекты, входящие в состав Приволжского федерального округа. Национальный состав ПФО и культурное наследие народов, проживающих на его территории, очень богато, имеет схожие черты, но в то же время

отличается характерными особенностями. Рассмотрим возможности регионов ПФО для развития этнического туризма.

Одним из перспективно стабильных регионов ПФО, в котором потенциально может развиваться этнический туризм, является *Республика Мордовия*. Это неслучайно, так как республика многонациональна и является центром финно-угорских народов России. На ее территории проживают русские, мордва, татары, украинцы и др. В настоящее время в Мордовии функционируют следующие центры национальной культуры: с. Подлесная Тавла (Кочкуровский район), с. Низовка, с. Урусово (Ардатовский район), с. Старая Теризморга (Старошайговский район), с. Рыбкино (Ковылкинский район), с. Кочетовка (Инсарский район) в которых можно познакомиться с особенностями быта, ремесел, одежды, обрядов мордовского народа [7].

На территории *Нижегородской области* сосредоточено около 20% ремесел всей России, в том числе всемирно известные золотая хохлома, семеновская матрешка, золотная вышивка, городецкая, полховско-майданская росписи, ткачество, гипюр, филигрань, ножевой промысел, деревообработка и другие ремесла. Во многих районах области работают от 50 до 200 мастеров, занятых в сфере народных художественных промыслов и ремесел, декоративно-прикладного искусства. Ярким тому подтверждением является удивительный сказочный город-музей Городец.

В этническом отношении интересна *Республика Марий Эл*. Марийцы – один из немногих народов Европы, которые в живом бытовании сохранили язычество и связанные с ним культовые объекты. Кроме того, Республика Марий Эл представляет уникальный опыт сосуществования язычества, христианства и ислама. Большую популярность имеет этнографический музей под открытым небом в г. Космодемьянске.

Оренбургская область – толерантный мультикультурный регион, на его территории проживают представители более ста этносов. Важным для развития этнотуризма в целом, является уровень урбанизации региона – 58 %, так как данный вид туризма реализуется преимущественно в сельской местности. В Оренбургской области возможна организация туров из Германии в немецкие села, основанных немцами, которые сохранили элементы своей культуры и быта.

В *Самарской области* ведется активная работа по организации музейных комплексов, этнической направленности: музей под открытым небом «Богатырская слобода», этнографический музей «Горница» и другие. Данный регион относится к наиболее многонациональным регионам нашей страны.

Республика Татарстан в силу исторических и социальных факторов, обладает большим потенциалом для развития этнического туризма. Ностальгическое направление – поездки на историческую родину, весьма актуально для региона. Большинство этнических татар проживают за пределами республики. Татарстан является центром татарского мира. Целью визитов могут быть не только свидания с родственниками, но и посещения значимых в культурном мире событий – Сабантуя, праздников, юбилеев, концертов. Обращение к национальному фактору позволит сохранить язык, историю, традиции татарского народа. Успешно развивается этнический туризм в Елабужском районе республики, традиционным стало проведение международного этнического фестиваля «Крутушка».

Этнический туризм в *Ульяновской области* представлен широким спектром ремесленных специальностей. Можно утверждать, что в Ульяновской области актуализируются проблемы развития ремесленничества, возрождения ряда народных промыслов, которые напрямую связаны с духовностью, культурой народа, привлекательностью губернии с ее самобытным колоритом. Специалисты надеются, что мощный импульс развитию ремесленничества в Ульяновской области даст Центр ремесел, который планируют построить близ пос. Новая Беденьга в Ульяновском районе.

Этнический туризм в *Чувашии* входит в список приоритетных направлений развития туризма в республике. Огромный интерес для туристов и самую большую ценность на чувашской земле представляет чувашский народ с национальными традициями и обрядами. В поселке Ибреси имеется этнографический музей под открытым небом; планируется создание туристского кластера «Этническая Чувашия».

Таким образом, проанализировав этническую составляющую регионов Приволжского федерального округа, мы пришли к выводу о том, что большинство из них обладают достаточными возможностями для развития на их территории этнического туризма, но не все имеющиеся объекты вовлечены в туристическую индустрию, не все регионы активно развивают туризм в целом, и этнический туризм в частности. Развитие этнического туризма в регионах ПФО должно стать приоритетным направлением, так как данные регионы мало изучены, но обладают большим потенциалом. Во многом текущее состояние определяется насыщенностью и материально-техническим состоянием объектов туристской инфраструктуры, а также позицией и активностью населения и органов власти. Детальное исследование данного вида туризма на территории ПФО поможет решить ряд экономических и социальных проблем, связанных с эффективным использованием туристских ресурсов, их развитием и сохранением историко-культурного наследия коренных населений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бутузов А. Г. Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 11–15.
2. Всероссийская перепись населения 2010 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.perepis-2010.ru/>
3. Нехаева Н. Е. Межрегиональный этнический маршрут как инновационный туристский продукт / Н. Е. Нехаева, Е. Н. Гуркина // Инновации в науке. – 2014. – № 31-2. – С. 119–124.
4. Тихонова Т.Ю. Этнический туризм в развитии регионов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/17_AVSN_2012/Geographia/1_112134.doc.htm
5. Туристическая библиотека. Все о туризме. Этнический туризм. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/ethnic_tourism.htm
6. Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
7. Федеральный портал protown.ru. Развитие туризма в республике. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.protown.ru/russia/obl/articles/3475.html>

ЕЛФУТИНА И. С., ЕМЕЛЬЯНОВА Н. А.

ИЗУЧЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ ПОСРЕДСТВОМ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация. В статье раскрываются особенности продвижения туристского образа Республики Мордовия через региональные средства массовой информации. В качестве метода исследования авторами выбран контент-анализ, посредством которого выявляется роль отдельных региональных печатных СМИ в продвижении туристского образа республики.

Ключевые слова: туризм, туристский образ, контент-анализ, средства массовой информации, регион, Республика Мордовия, газетная статья.

ELPHUTINA I. S. EMELYANOVA N. A.

A STUDY OF THE TOURIST IMAGE OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA THROUGH CONTENT ANALYSIS OF THE REGIONAL MASS MEDIA

Abstract. The article shows the features of promotion of tourist image of the Republic of Mordovia through the regional mass media. The authors use content analysis as a research method to study the role of individual regional print media in the promotion of the tourist image of the Republic.

Keywords: tourism, tourist image, content analysis, mass media, region, Republic of Mordovia, newspaper article.

В последние годы туризм становится одним из приоритетных направлений региональной политики России. Для таких субъектов нашей страны как Республика Мордовия, не обладающих значительными запасами природных ресурсов, составляющих основу социально-экономического потенциала, именно туризм может способствовать региональному развитию.

Мордовии довольно сложно конкурировать с такими регионами, которые имеют значительное культурно-историческое наследие или уникальные природные туристские ресурсы. Тем не менее, имеющиеся возможности для развития туризма, благодаря профессиональной рекламной компании и созданию качественной туристской инфраструктуры, способствующие формированию положительного туристского образа, позволят привлечь туристов в республику.

Важную роль в формировании и продвижении туристского образа играют и средства массовой информации (СМИ). Основываясь на сообщениях, полученных посредством различных СМИ, общественность формирует свое мнение о туристских возможностях региона, поэтому в процессе формирования образа Республики Мордовия очень важно, какая информация попадает в СМИ и как ее воспринимают потенциальные туристы.

Одним из способов выявить, как раскрывается туристский образ республики в СМИ, является контент-анализ [2]. Он позволяет изучить и систематизировать большой массив текстовых материалов, посвященных туристской тематике, и определить какой вклад те или иные средства массовой информации вносят в формирование туристского образа Мордовии.

Опыт проведения подобного анализа в республике существует, поэтому наша задача – проследить, как в печатных изданиях изменилось представление о туристском образе региона по сравнению с предыдущим периодом исследования (анализировались печатные издания «Известия Мордовии» и «Вечерний Саранск» за 2011 – 2012 гг.) [4].

Для своего контент-анализа мы выбрали три республиканских печатных издания – «Известия Мордовии», «Вечерний Саранск» (периодом за 2013 г.) и «Столица С» (за 2011 – 2013 гг.). У этих изданий самое большое число читателей среди населения Мордовии, именно поэтому через эти газеты можно оказывать существенное влияние на формирование туристского образа региона.

Нами было отобрано 16 статей по туристской тематике и определено несколько позиций для контент-анализа:

- информация о туристском образе Республики Мордовия (в целом);
- информация о факторах, которые сдерживают развитие туризма в республике;
- информация о мероприятиях, направленных на развитие перспективных туристских направлений в регионе;
- информация о планах развития туризма в Республике Мордовия в будущем.

На основе проведенного исследования выделенных позиций для анализа статей печатных изданий, была составлена диаграмма (рис. 1).

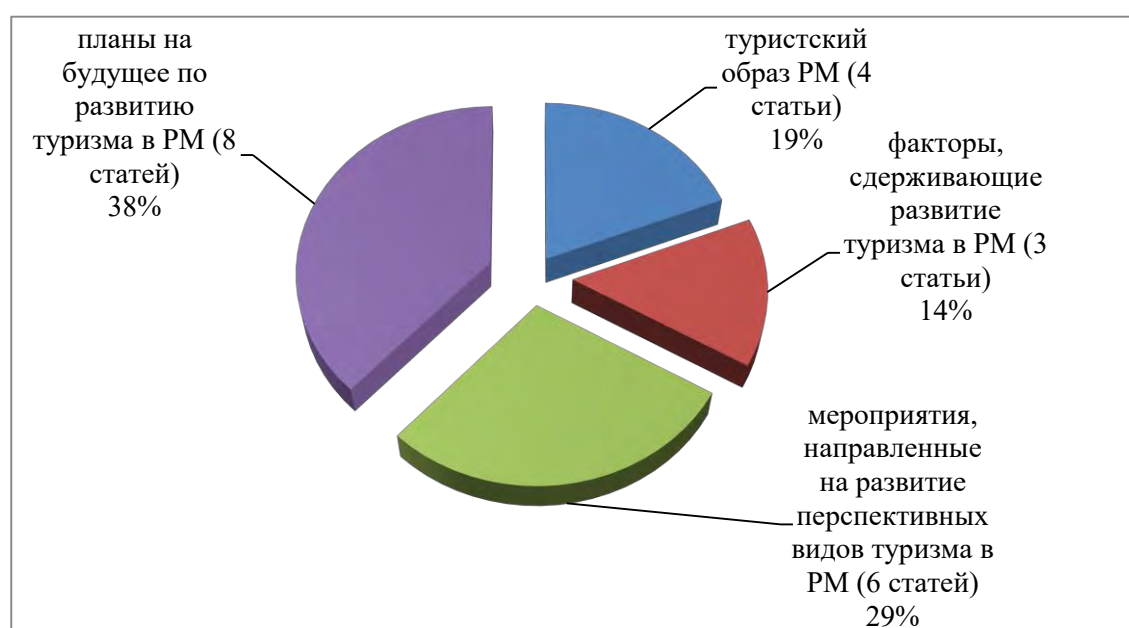


Рис. 1 – Позиции для анализа статей в печатных изданиях Республики Мордовии

Получив результаты контент-анализа, нами был сделан вывод о том, что количество статей, посвященных нашей тематике, по сравнению с прошлым анализируемым периодом уменьшилось, но расширились планы, направленные на повышение туристского имиджа республики.

Анализ позволил выяснить, что информации о туристском образе нашего региона печатается не достаточно («Вечерний Саранск» – 1 статья, «Известия Мордовии» – 3 статьи). В целом отмечается, что у Республики Мордовия есть потенциал, для того чтобы активно развивать туризм. Некоторые иностранные партнеры, приезжая в республику с деловыми визитами отмечают данный факт и готовы вложить собственные средства в развитие туризма, так как видят в этом перспективы [1].

Отдельные статьи указывают на то, что в республике существуют ресурсы, способствующие привлечению туристов (имеются объекты религиозного, этнического, экскурсионного туризма), и факторы, сдерживающие его развитие («Известия Мордовии» – 2 статьи, «Столица С» – 1 статья). К таким факторам относятся: отсутствие качественной туристской инфраструктуры, нехватка специалистов, невысокий уровень гостиничного сервиса и общественного питания, неразвитость внутреннего и въездного туризма, недостаточное позиционирование национальной мордовской кухни и этнической специфики региона в целом, незначительное производство сувенирной продукции.

Некоторые статьи освещают мероприятия, которые направлены на повышение туристской привлекательности Республики Мордовия («Вечерний Саранск» – 2 статьи, «Известия Мордовии» – 3 статьи, «Столица С» – 1 статья). Есть информация о праздновании «1000-летие единения мордовского народа с народами Российского государства», о первой международной научно-практической конференции «Финно-угорское пространство в туристском измерении», о проекте туристского маршрута «Красная линия», о конкурсе творческих работ ОАО «Ростелеком» (основная цель конкурса – поиск новых направлений для туризма и отдыха).

В отдельных статьях раскрываются вопросы о перспективных видах развития туризма в республике («Вечерний Саранск» – 2 статьи, «Известия Мордовии» – 5 статей, «Столица С» – 1 статья). Например, этнический, паломнический, экологический, событийный и спортивный туризм (рис. 2).

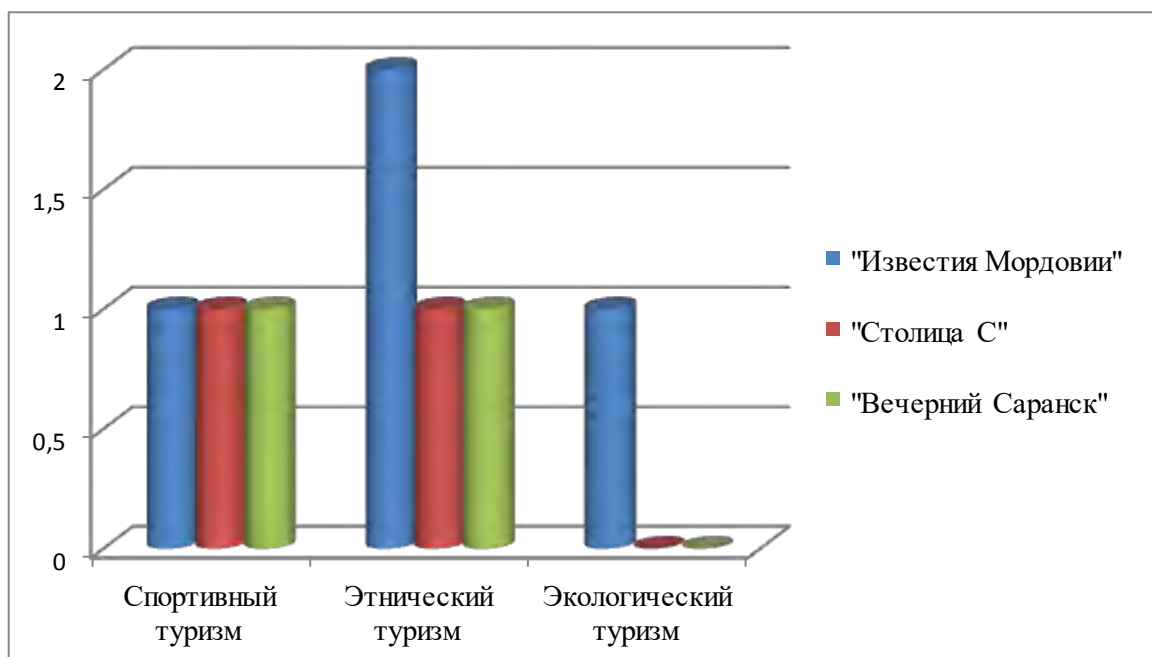


Рис. 2 – Количество статей о перспективных видах туризма в Республике Мордовия

В этих статьях отмечаются не только ресурсы, благодаря которым возможно развивать определенные виды туризма, но и проблемы, которые мешают это сделать, а также пути их решения, через реализацию различных туристских проектов. Особое место отводится развитию спортивного туризма, в связи с подготовкой к проведению матчей Чемпионата мира по футболу в 2018 г. [3].

Необходимо отметить тот факт, что по сравнению с предыдущим исследованием, где отмечалась малая освещенность перспектив создания положительного образа республики, результаты нашего исследования показали, что в данном вопросе появилась положительная динамика. Практически в каждой статье, так или иначе, упоминалось о мероприятиях, которые направлены на повышение привлекательности республики как туристского региона («Вечерний Саранск» – 2 статьи, «Известия Мордовии» – 3 статьи, «Столица С» – 1 статья). Указывается на развитие внутреннего и въездного туризма, необходимость создания развитого туристского кластера, подготовку специалистов, развитие туристской инфраструктуры, народных художественных промыслов и пр.

Проведенный контент-анализ показал, что в региональной прессе печатается недостаточно статей, способствующих формированию туристского образа Республики Мордовия. Печатный материал по-прежнему носит эпизодический характер, и в основном отражает прошедшие или планирующиеся мероприятия, связанные с туристской тематикой. В газетах отсутствуют рубрики, которые, к примеру, рассказывают о туристских объектах

республики, о мнении жителей и гостей нашего региона об этих объектах, достижениях в области туризма и т. п.

В связи с необходимостью развития туризма, средствам массовой информации следует выработать определенную стратегию, которая позволит изменить отношение СМИ к сфере туризма и печатать больше статей, направленных на формирование положительного туристского образа Мордовии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глава Мордовии встретился с послом Польши // Столица С. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stolica-s.su/index.php?option=com_content&task=view&id=25967&Itemid=126
2. Добреньков В. И. Методы социологического исследования: учеб. пособие / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – М.: Инфра-М, 2004. – 568 с.
3. Мордовия станет «пилотным» регионом по развитию спортивного туризма // Известия Мордовии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://izvmor.ru/news/view/16090>
4. Чугунова О. А. Формирование туристского образа Республики Мордовия в региональных средствах массовой информации // Природно-социально производственные системы регионов компактного проживания финно-угорских народов: межвуз. сб. науч. трудов. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2012. – С. 85.

КАРЯКИНА И. А., САРАЙКИНА С. В.

**РОЛЬ ТОПОНИМИКИ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА
ФИННО-УГОРСКИХ РЕГИОНОВ РОССИИ**

Аннотация. В статье обозначена роль топонимики в формировании туристского образа территории на примере финно-угорских регионов России. Дается понимание образа места, который формируется для создания туристской привлекательности через природные и культурно-исторические условия и факторы, а также посредством топонимических особенностей территории.

Ключевые слова: топонимика, туристский образ, финно-угорские регионы России, привлекательность, этнические особенности, природные условия, культурно-исторические особенности.

KARYAKINA I. A., SARAYKINA S. V.

**THE ROLE OF TOPONYMY IN THE FORMATION OF TOURIST IMAGE
OF THE FINNO-UGRIC REGIONS OF RUSSIA**

Abstract. The article considers the role of toponymy in the formation of tourist image of a territory. Particularly, the authors study the toponymy of Finno-Ugric regions of Russia. The analysis reveals the role of toponymic, natural and cultural-historical factors in the formation of tourist attractiveness of a place.

Keywords: toponymy, tourist image, Finno-Ugric regions of Russia, attractiveness, ethnic characteristics, natural conditions, cultural and historical features.

В сфере туризма пространство и место являются основными составляющими туристского продукта, кроме того, в этой сфере имеет значение и личностное восприятие туристом определенного места. В связи с этим возникает проблема формирования туристского образа места и его привлекательности.

На формирование туристского образа территории в сознании людей влияет комплекс факторов, которые носят объективный и субъективный характер. Географическое положение, природно-климатические и культурные особенности территории, социально-экономическое и политическое ее положение – это объективные факторы. Они воздействуют на сознание человека и определяют элементы образа территории. Субъективные факторы имеют непосредственное отношение к личности туриста (путешественника). Субъективные факторы формируют представление о комфортности пребывания на территории, безопасности во время путешествия и т. д. В этом случае очень важен настрой

путешественника, так как воздействие специальных субъективных факторов воспринимается в большей степени на эмоциональном уровне.

Пониманию образа места, специально формируемого для создания туристской привлекательности, способствуют не только природные и культурно-исторические условия и факторы, но и топонимические особенности территории. Процесс формирования туристского образа необходимо свести к использованию самых распространенных и массовых знаний о конкретной территории. Так, например, собирательный туристский образ названий финно-угорских регионов России сводится к стандартному образу (происхождение названия субъектов обязано этническому наименованию коренного населения).

Рассматривая регионы финно-угорского пространства России (Коми, Удмуртия, Марий Эл, Мордовия, Карелия, Ханты-Мансийский автономный округ и Пермский край), можно отметить, что все они объединены не только общей историей, но и схожими топонимическими признаками. Центральные города этих финно-угорских субъектов РФ не только выполняют важные столичные функции, но и хранят память о формировании их государственности, народах, этнических, культурных и конфессиональных особенностях [3]. В данном исследовании мы выявили топонимические особенности происхождения названия субъекта и каждого столичного центра финно-угорских регионов России.

Республика Коми названа по этническому наименованию коренного народа коми (коми-зыряне). Название столицы республики – Сыктывкар происходит от названия «кар» и переводится с коми как «город». «Сыктив» – принятое у коми название р. Сысола, т. е. «город на р. Сыктив».

Республика Мордовия впервые упоминается как страна Мордия (Мордовия) в сочинении Константина Багрянородного в X в. Название происходит от этнонима «мордва», который означает «человек, мужчина».

Название Республики Удмуртия происходит от самоназвания коренного населения – удмуртов. В основе этнонима лежит иран. «мурт» – человек. Ижевск – столица Удмуртии по-удмуртски Ижкар. Название города происходит от слова «кар» – город, т. е. «город на р. Иж».

Название Республики Карелия происходит от этнического наименования «карелы» (в древнерусском – «корела») с традиционным в названиях окончанием –ия (Карелия). Петрозаводск – столица республики получила свое название в честь Петра I. В 1703 г. выросший при металлургическом заводе поселок стал именоваться Петровской слободой. В 1777 г. она преобразована в г. Петрозаводск.

Ханты-Мансийский автономный округ образован в 1930 г. как Остяко-Вогульский национальный округ по названию коренных народностей – остяки и вогулы. Вскоре эти

этнонимы были заменены самоназваниями ханты и манси (оба означают «человек»). После уточнения этнических наименований народов Севера остяков стали называть хантами, а вогулов манси. Поэтому в 1940 г. поселение было переименовано в Ханты-Мансийск.

В происхождении названия Пермского края существует несколько версий. Одна из версий утверждает, что название «Пермь» происходит от вепсского слова «перама» – далекая земля. Другая говорит о том, что «Пермь» происходит от коми слова «Парма» – возвышенная местность, поросшая елью. Третья версия утверждает, что название «Пермь» связано с именем героя коми-пермяцкого эпоса Перы – богатыря. Название столицы – Пермь происходит от вепсского (Перя маа) – задняя (дальняя) земля.

Республика Марий Эл происходит от названия ее коренного населения «мари» (мужчина, муж) и «эл» (страна). Марийцы (прежнее название – черемисы), исторически сформировалось к концу I тысячелетия н. э. Йошкар-Ола – столица республики (в переводе «красный город» марийское «йошкар» – красный, «ола» – город) получила такое название в 1927 г. [4].

В ходе исследования было выявлено, что все финно-угорские регионы России объединены общей историей происхождения названий. Все они происходят от свойственных определенной территории этнонимов – названий наций, народов, народностей, племен и других этнических общностей.

Очень часто названия тех или иных населенных пунктов совпадают с названиями рек, на берегах которых они расположены. Большое хозяйственное значение рек приводило к тому, что люди издавна старались разместить свои поселения на их берегах. Например, названия городов Саранск, Ижевск Сыктывкар образованы именно как гидронимы.

И наконец, во всех финно-угорских регионах, развивается и поддерживается этнический туризм, а это говорит о том, что топонимика в настоящее время занимает важное место в формировании туристского образа территории, в том числе и столичных центров [2].

Туристский образ финно-угорских регионов России будет формироваться прежде всего на основе географических названий (топонимов). Поэтому важно правильно использовать топонимы на туристских маршрутах, особенно при формировании этнических туров. В зависимости от географических и исторических особенностей каждого финно-угорского субъекта России информация, извлекаемая из географических названий во время путешествия по регионам, будет различной. Это в свою очередь вытекает из географии современного туризма [1].

Географические названия являются своего рода ориентиром во времени и пространстве, так как определенная территория воспринимается именно по названию ее географических объектов и их насыщенности, и в этом смысле определенное место можно

сравнивать с другими местностями [3]. Таким образом, финно-угорские регионы России обладают яркой топонимической идентичностью, на основе которой можно формировать туристский образ этих этнических образований на территории России. Кроме того, топонимика является информационным ресурсом и может использоваться при разработке различных туристских маршрутов, путеводителей, карт и справочников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Замятин Д. Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. – СПб: Алетейя, 2003. – 331 с.
2. Жулина М. А. Туризм в странах зарубежного финно-угорского пространства: сравнительный анализ / М. А. Жулина, П. Н. Лосев // Финно-угорский мир: международный научный журнал. – №1 (14). – 2013. – С. 115–119.
3. Логинова Н. Н. Финно-угорские республики Волго-Уральского региона России: географические аспекты развития / Н. Н. Логинова, С. В. Сарайкина, Л. В. Сотова. – Саранск: ООО 13 РУС. – 88 с.
4. Мирзеханова Д. Г. Значение топонимов в формировании туристического продукта // Материалы VI-й Международной студенческой научно-практической конференции «Студенческий научный поиск – науке и образованию XXI века», 25 апреля 2014 г. – Т. 1. – Рязань: СТИ, 2014. – С. 213–218.

ЖУЛИНА М. А., КИЛЬГИШОВА М. С.

**СПЕЦИФИКА РАЗРАБОТКИ ПУТЕВОДИТЕЛЯ КАК ОСНОВНОГО
СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ИЗДАНИЯ В ТУРИЗМЕ**

Аннотация. В статье рассматривается специфика разработки путеводителя и его значение как основного источника справочной информации в туризме. Анализируется мировой опыт создания путеводителя с целью выявления его специфических особенностей. Авторы резюмируют, что в условиях динамичного развития туризм нуждается в справочно-информационных изданиях, в частности, путеводителях.

Ключевые слова: туризм, путеводитель, справочное издание, история путеводителей, справочник-путеводитель.

ZHULINA M. A., KILGISHOVA M. S.

**THE GUIDEBOOK AS THE MAIN REFERENCE AND INFORMATION
EDITION IN TOURISM AND ITS COMPILING SPECIFICS**

Abstract. The article considers the specifics of guidebook compiling and its importance as the main source of background information in tourism. The study focuses on the international practices of guidebook compiling to identify its specific features. The authors conclude on the need of reference and information editions, guidebooks in particular, in the age of tourism dynamic development.

Keywords: tourism, guidebook, reference edition, history of guidebooks, information guidebook.

Туризм в настоящее время является одной из наиболее высокодоходных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. В таких условиях он не может существовать без использования информационных ресурсов. Одними из важнейших ресурсов для туризма являются справочные информационные издания, в частности путеводители.

Согласно определению ГОСТ Р 7.60-90 «справочные издания – издание, носящее прикладной, практический характер, имеющее систематическую структуру или построенное по алфавиту заглавий статей» [3]. В целом они обладают рядом специфических черт, которые обусловлены аккумулятивной функцией справочных изданий – при подготовке данных, апробированных наукой и практикой, а также характером их использования – многократность обращения к данному типу издания за отдельными единичными справками.

Основная задача справочного издания – дать необходимые или интересующие читателя сведения в максимально кратком изложении. Следует отметить, что принципы подбора сведений и размещение их в конкретном издании напрямую зависят от целевого назначения.

В туризме к справочным изданиям относятся, прежде всего, путеводители. Путеводитель – это тип справочного издания, носящий прикладной, практический характер, имеющий систематическую структуру или построенного по алфавиту заглавий статей [1]. В нем содержатся краткие сведения о каком-либо географическом пункте, учреждении или мероприятии, расположенные в удобном для просмотра порядке.

Это определение дополняется и уточняется в ГОСТе «Путеводитель – краткое справочное издание с описанием географических, историко-художественных и других сведений о стране, городе, местных достопримечательностях, путях сообщения и т.п., предназначенное, главным образом, туристам» [3].

Путеводитель – это справочное издание, имеющее познавательный характер, предназначенное для пользования широким кругом читателей. Он необходим не только туристам, впервые приезжающим в определенный город или местность, но и самим жителям этого города.

Необходимо выделить основополагающие функции путеводителя в туризме:

- а) информативная;
- б) образовательная;
- в) рекламная;
- г) экономическая;
- д) коммуникативная.

Отсчет начала создания путеводителей в мировой практике можно вести с их предшественников, которые появились в Древней Греции. Древнегреческий историк Павсаний построил свою книгу «Описание Эллады» по принципу путеводителя. В этой книге приводится подробное описание достопримечательностей нескольких городов Древней Греции. В Древнем Риме также встречались прообразы путеводителей. Они носили название дорожников (*itineraria*). Эти издания были двух разных видов: *itineraria ad notata* или *scripta* – описание дорог, которые содержали географические названия и расстояния до пунктов, находившиеся на известном пути, и *itineraria picta*, в них размещались измерения расстояний и географические карты.

Литературные произведения, послужившие прообразами путеводителей в период Средневековья, содержали чаще всего описания паломнических маршрутов. Выделяют два разных жанра таких произведений – это собственно путеводители (произведения,

содержащие практическую информацию и рекомендации) и «хождения», в которых приводились описания совершенных путешествий. Книгу «Бордоский путник» принято считать первым из дошедших до нас средневековых путеводителей. Ее написал неизвестный житель французского города Бордо, который в 333 году посетил Иерусалим и Константинополь. В первой части книги перечисляются населенные пункты на пути от Бордо до Иерусалима и указываются расстояния между ними. Во второй части книги приводится краткое описание святых мест Палестины, некоторых библейских мест, а также указывается их географическое расположение.

В Древней Руси самым первым из известных образцов этого жанра было «Житие и хождение», совершенное игуменом Даниилом в Иерусалим (датируется началом XII века). Это произведение уникально по своей исторической ценности. Наверное, самое известное произведение – это «Хождение за три моря» тверского купца Афанасия Никитина. Это выдающееся произведение выходит за рамки путеводителя. «Хождение за три моря» признано памятником литературы Древней Руси, его перевели на многие языки мира.

Современный исторический этап развития путеводителя как жанра географической литературы и как специального вида справочного издания связывают с именем немецкого издателя Карла Бедекера (1800 – 1859). Он основал в 1827 г. в немецком городе Кобленц издательство путеводителей. Путеводители Карла Бедекера стали очень популярны в странах Европы, затем их перевели на многие языки. Именно «бедекеры» с их основательным подходом к подбору и отображению информационного материала стали образцами для лучших путеводителей, изданных в России в середине XIX – начале XX вв. Наряду с переводными «бедекерами» и другими подобными изданиями в России появились и свои высококачественные красочные путеводители по зарубежным странам, которые назывались «Русский бедекер». В них подробно описывались страны и города, прилагались различные многокрасочные планы и карты.

Дальнейшее становление путеводителя было тесно связано с появлением и развитием туристской и транспортной инфраструктуры. Туризм и путешествия стали доступны не только для привилегированных слоев общества, но также и людям со средним достатком. Отвечая требованиям нового времени, появились путеводители для новых путешественников, не располагавшим большими доходами. Как правило, в них не было той полноты информации, большого количества прилагаемых карт и схем, они не отличались высоким качеством полиграфии. Но в этих путеводителях по доступной цене можно было найти необходимый путешественнику набор полезных практических сведений.

Вместе с тем, определенная утилитарность жанра остается, несмотря на все различия в изданиях подобного рода. Принадлежность того или иного произведения к жанру путеводителя заключается в стремлении автора указать дорогу, объяснить, как добраться до того или иного пункта назначения, рассказать о достопримечательностях.

Говоря о специфике разработки путеводителя, следует выделить его характерные особенности. Для путеводителя является характерным сокращенный объем информации, материал располагается в форме, наиболее удобной для быстрого получения справочных сведений. Также особенностями путеводителя являются популярное изложение, значительная адаптация, наличие многочисленных иллюстраций. Учитывая, что эти издания выполняют не только информативную, но и рекламную (побудительную) функцию, в путеводителях используются, как правило, элементы занимательности, непринужденные формы речи, текст изобилует эпитетами,

При создании путеводителя следует придерживаться основных принципов, лежащих в основе путеводителя:

- 1) удобство в обращении;
- 2) достоверность фактического материала;
- 3) регулярное обновление материала;
- 4) наглядность, использование фотографий, карт, схем;
- 5) ориентированность на определенные категории населения;
- 6) структурное членение текста;
- 7) актуальность информации.

Так как путеводитель является справочным изданием, то важно, чтобы порядок расположения материала был построен по алфавиту или имел систематическую структуру и определялся системой представления знания, которая принята в науке или в практической деятельности.

Основными элементами содержания путеводителя являются карта города, информация о туристском центре и достопримечательностях, список средств размещения и предприятий питания, их стоимость и время работы, адреса вокзалов, банков, расписание движения транспорта, номера экстренных служб и такси и другая справочная информация. Можно также включить информацию об особенностях менталитета и кухни местного населения, этику туриста.

Организационная структура всего материала, который есть в путеводителе и его оформление должны создавать наиболее благоприятные условия для выборочного чтения. Это издание, чаще всего, бывает достаточно компактным, ведь оно сопровождает

туриста в путешествии. Принцип расположения материала должен быть наиболее удобным для читателя: в систематическом или алфавитном порядке.

Текст путеводителя необходимо членить по разделам и выделять объекты внутри разделов. Этот прием обеспечивает возможность прерывистого чтения: читатель, просматривая заинтересовавший объект, может в любой момент оторваться от текста путеводителя, а членение текста на структурные составляющие позволяет быстро найти то место, на котором до этого он остановился.

Структурное членение текста в путеводителе осуществляется посредством внутритекстовых выделений, которые улучшают ориентацию читателя в тексте, облегчает его восприятие. В путеводителях чаще всего используется абзацное членение. Также используется жирный шрифт, обеспечивающий выразительность важной фактической информации (названий достопримечательностей, например) среди текстового массива. В тексте путеводителя применяются написание слов курсивом и заглавными буквами. Курсивом в справочных изданиях принято выделять имена собственные, подзаголовки статей, цитаты и т.д.

К средствам, которые способствуют наилучшей ориентации в тексте и оперативному поиску справочных сведений, относятся нумерация, колонтитулы, номерные, словесные и литературные рубрики. Во всех путеводителях обязательно указывается номер на каждой странице. Задача нумерации страниц – обеспечение возможности ссылки на необходимую страницу. Колонтитулы помогают оперативно извлечь из текста необходимую информацию, они хорошо воспринимаются при перелистывании страниц книги.

Рубрики путеводителя должны быть выразительными, высокоинформативными, едиными по оформлению во всем издании как в системе. Чаще всего в изданиях такого рода применяются тематические рубрики – это слово или словосочетание, кратко и емко характеризующее содержание раздела. В качестве примера можно привести справочник-путеводитель по городу Саранску, разработанный кафедрой международного и регионального туризма Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева. Информация в нем распределена по тематическим рубрикам: «История города», «Религиозные объекты», «Спортивные объекты», «Средства размещения», «Рестораны, бары, кафе», «Дополнительная справочная информация» и т. д. В данном путеводителе также содержатся план города, план-схема центральной части города, многочисленные цветные фотографии [2].

Внешнее оформление путеводителя должно отвечать целям и функциям данного вида издания. Переплет не должен быть марким, для карманных путеводителей

желательно, чтобы он был гибким. На переплете указывают краткую информацию об издании. На форзацах издания могут быть помещены карты-схемы, планы города и его окрестностей.

Путеводитель дает возможность совершить любому желающему не только реальное, но и мысленное путешествие по городу, поэтому он должен создавать оптимальные условия для лучшего восприятия информации. Большую роль в этом играют визуальные материалы различного рода: схемы, карты, рисунки, фотографии. Текстовый материал и иллюстрации в путеводителе должны быть представлены в органическом единстве. Иллюстрации в путеводителях, как правило, имеют научно-познавательный характер, дополняют текст путеводителя и важно, чтобы они были правильно привязаны к тексту расположением.

Любой иллюстративный материал в путеводителе должен точно соответствовать содержанию издания, нести конкретную, обусловленную основным текстом информацию. В настоящее время самый распространенный вид иллюстрации в путеводителе – фотография. Она характеризуется документальностью, наглядностью и достоверностью. Фотографии способны передать неповторимый облик города, помогают сосредоточиться на главных его достопримечательностях.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что путеводитель – это один из важнейших источников справочной информации в туризме. Его создание способствует решению проблемы удовлетворения потребности в информации туристов и путешественников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Джиго А. А. Стандарты по издательскому делу / А. А. Джиго, С. Ю. Калинин. – М.: Юрист, 1998. – 376 с.
2. Жулина М. А. Использование информационных технологий в процессе разработки и реализации туристского продукта / М. А. Жулина, А. С. Карасев, В. Ф. Манухов // Геодезия и картография. Ежемесячный научно-технический и производственный журнал. – № 2. – 2013. – С. 32–36.
3. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу // ГОСТ 7.60-2003

КОЗЛОВ А. В., СОТОВА Л. В.
К ВОПРОСУ О СЛОЖНОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕРМИНОВ
И ФОРМИРОВАНИИ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА
СЕЛЬСКОГО И АГРАРНОГО ТУРИЗМА

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы интерпретации понятийного аппарата в рамках изучения и развития сельского и аграрного туризма. Авторы обращают внимание на сложности в составлении дефиниций, которые формулируются в различных авторских подходах к пониманию сельского и аграрного туризма.

Ключевые слова: сельский туризм, аграрный туризм, термин, понятийный аппарат, определение, научный подход, научное понимание.

KOZLOV A. V., SOTOVA L. V.
ON THE DIFFICULTIES OF TERMINOLOGICAL INTERPRETATION
AND FORMATION OF THE CONCEPTUAL CONSTRUCT
OF RURAL AND AGRICULTURAL TOURISM

Abstract. The article considers the problem of terminological interpretation in the sphere of rural and agricultural tourism. The authors focus on the difficulties of formulating definitions in the framework of various individual approaches to rural and agricultural tourism studies.

Keywords: rural tourism, agricultural tourism, term, conceptual construct, definition, scientific approach, scientific understanding.

Современные тенденции в туристской сфере диктуют совершенно новые направления, отвечающие все более изменчивым потребностям человека. Туристский рынок на сегодняшний день становится более насыщенным различными предложениями, образуются новые функциональные единицы в мировой туристской системе, расширяются границы понимания туризма не только как экономического, географического, социального явления, но и как философской, и, что наиболее актуально в XXI веке, экологической концепции.

В современных условиях хозяйствования для удовлетворения потребностей людей, проживающих в условиях урбанизированной среды, значительную роль играет сельский туризм, который является своеобразным индикатором развития сельского хозяйства и туристской сферы.

Развитие сельского туризма в качестве нового сектора туристской деятельности, и тем более как объекта научных исследований, требует рассмотрения и точного определения понятийного, категорийного аппарата, определения общей концепции данного феномена. При составлении терминологической основы данного вида туризма, следует отметить, что

российская законодательная база в области туризма и сельского хозяйства не прописывает терминов, определяющих сущность сельского или аграрного туризма. В научной и публицистической литературе распространены такие понятия, как «сельский», «аграрный», «деревенский» туризм, а также «зеленый», «агро»- и «эко»- туризм.

На сегодняшний день существует некоторая неопределенность в применении данного термина, что приводит к сложности понимания этого сегмента туристского рынка, а в следствие чего и запутанности толкований в научных исследованиях. В одних странах сельский туризм дополняет определенный профилирующий вид рекреационной деятельности, в других – выступает разновидностью экологического туризма, в третьих – формой частного предпринимательства, в четвертых – имеет ограниченный сезонный характер и выступает вспомогательной формой деятельности в ведении семейного крестьянского (фермерского) хозяйства. В этой связи, представляется целесообразным рассмотреть специфику сельского туризма применительно к российской действительности.

Отдельными вопросами относительно теоретического определения этого термина занимались ряд отечественных и зарубежных ученых: Л. Шириаки (Молдова), В. Клицунова (Беларусь), И. Семенова (Россия), Б. Бромвелл (Ирландия), Р. Батлер (Канада), Ф. Дайкман (Канада), К. Кейси (Новая Зеландия), Л. Лесард (Франция), Т. Ратц (Венгрия), Д. Армстронг (Англия), В. Васильева, Ф. Прокопа, Е. Грущинская, Т. Криштоп, Г. Черевко, В. Липчук, Г. Иваницкой, Т. Ткаченко, Г. Михайличенко.

Простой констатацией данного феномена является определение Л. Робертса и Д. Холла: «Сельский туризм – это туризм, который проходит в сельском поселении». Но такое простое определение не отвечает объективному восприятию во многих аспектах. Во-первых, существуют виды туризма, имеющие базой размещения и деятельности сельские территории: автокемпинги, санаторно-курортный отдых, экстремальный туризм. Во-вторых, термин «сельское поселение» констатируется по-разному для многих стран и отвечает различным требованиям.

Сельский туризм – сложная многопрофильная деятельность, отвечающая многим требованиям. Для дальнейшего корректного толкования явлений и процессов в данной сфере туризма, следует определить соотношение понятий «сельский» и «аграрный» туризм, определить их схожесть и различие, а также возможность поставить в один синонимичный ряд.

В статье Т. Е. Гварлиани и А. Н. Бородина «Сельский и аграрный туризм как специфичные виды туризма» дается следующее определение: «Агротуризм (деревенский туризм, rural tourism) включает посещение туристами сельской местности с целью отдыха и (или) организации развлечений в экологически чистых (относительно городских поселений)

районах... Основными мотивами для выбора отдыха по типу деревенского туризма можно считать следующее: отсутствие средств для отдыха на дорогом фешенебельном курорте или в гостинице; устоявшийся образ жизни в сельской местности; необходимость оздоровления в климатических условиях, рекомендованных врачом; близость к естественной природе и возможность большое время проводить на свежем воздухе, в лесу; возможность питаться экологически чистыми продуктами; насущная необходимость в спокойной размеренной жизни; возможность приобщиться к другой культуре и обычаям».

Представленный выше подход, являющийся распространенным в современных научных кругах, ставит понятие «агротуризм» в один ряд с «сельским туризмом». Такой позиции придерживается А. А. Заричная, В. В. Сурнина, Д. Матье.

Однако данный подход является не совсем верным. Это обосновывается Т. А. Волковой-Гончаровой и С. О. Маркарян в статье, которая посвящена исследованию содержания понятия «сельский туризм». В данной статье отмечается типичность ситуации, при которой авторы рассматривают эти понятия, а зачастую еще и понятия сельскохозяйственного и экологического туризма как родственные и не требующие разграничения. Причем такой подход является превалирующим как у теоретиков, так и у практиков организации туризма, в том числе, сельского.

В противовес такому подходу указанная статья обосновывает, что аграрный и сельский туризм являются совершенно разными видами туристской деятельности. Данное разграничение обосновывается с точки зрения функциональности туризма и местом его проведения.

М. Й. Рутиньский и Ю. В. Зинько отмечает, что «агротуризм (agritourism) – это развлекательный вид туризма, сосредоточенный на сельских территориях, который предусматривает использование сельского (фермерского) хозяйства в целях рекреации, образования или активного привлечения к традиционным формам хозяйствования» [3].

А. Н. Дунец дает следующее определение: «Агротуризм (farm tourism) – вид туризма, который предусматривает использование сельского (фермерского) хозяйства. Это отдых на базе фермерского хозяйства или приусадебного участка (в частном секторе). От аренды сельского дома он отличается тем, что всю заботу о своих постояльцах – организацию проживания, питания, досуга, а также обслуживание – берет на себя принимающая семья» [1].

Л. С. Колосова идентифицирует агротуризм как туризм в сельской местности, при котором туристы во время своего отдыха ведут сельский образ жизни на фермах и хуторах.

Точку зрения вышеизложенных авторов объединяет тот факт, что принципиально важным фактором организации аграрного туризма является фермерская занятость в местах

пребывания туристов, производство сельскохозяйственной, экологически чистой продукции. Толковый словарь определяет слово «аграрный» как: 1) связанный с землевладением, землепользованием, земельный; 2) характеризующийся преимущественным развитием сельского хозяйства. В понятии «сельский туризм» определяющим фактором является определение данного вида с точки зрения типа территории, посещаемой туристом.

Во многом такой подход стоит в одной линии с точкой зрения А. Д. Чудновского, который ассоциирует сельский туризм с туризмом в сельской местности, с выделением здесь этнического, религиозного, культурно-познавательного, санаторного, профессионального, делового, спортивного, приключенческого туризма и туристического отдыха. И, наконец, что является принципиально важным, агротуризм не выделяется им в качестве самостоятельного вида туристской деятельности.

По мнению исследователей Purdue University, агротуризм определяется как сельскохозяйственный туризм и классифицирует как деятельность, проводимая фермерами для оказания услуг по отдыху или обучению населения, для сбыта сельскохозяйственной продукции и получения дополнительного заработка.

Б. Бартманн определяет сельский туризм как туризм, поддерживающий развитие аграрных регионов, сохранение культурного наследия и экологии села, возрождение местных традиций и продуктов. Такой вид туризма характеризуется региональной идентификацией и удовлетворяет потребности туристов в размещении, питании, досуговой деятельности, и других услугах, которые способствуют устойчивому развитию социальной сферы села.

Согласно J. W. Kloeze сельский туризм – это понятие, которое включает в себя всю туристическую деятельность, развивающуюся в сельской среде.

Альтернативное определение привел Р. Nistureanu: «Сельский туризм – это понятие, которое включает в себя туристическую деятельность, организованную и управляемую местным населением, основанное на тесной связи с окружающей средой: естественной и антропогенной».

Согласно Д. Матье, сельский туризм представляет собой набор действий и услуг, которые предлагаются местными фермерами и крестьянами для привлечения туристов в их местность, а также с целью получения дополнительной прибыли от данного вида деятельности. Сельский туризм дает возможность каждому туристу не только отдохнуть на лоне природы, но и проникнуться в традиции и обычаи местного населения.

Еще одно толкование термина приводит А. Б. Здоров, который рассматривает сельский туризм как «целенаправленные путешествия на сельские территории с относительно ненарушенными экосистемами и этнокультурными комплексами,

обеспечивающими непосредственный вклад в решение проблем сельского населения и подлежащими адекватному режиму управления на основе устойчивого развития» [2].

Данные интерпретации в той или иной мере определяют качественные стороны сельского туризма, но одна из них полностью не раскрывает всей его сущности. Науке необходимо четкое определение данного феномена, отражающее все, или почти все, его характеристики.

Опираясь на российские реалии проявления туризма и условия его развития, а также синтез вышеупомянутых определений, будем считать, что сельский туризм – это вид туристской деятельности, организуемой в сельской местности, при которой создаются и предоставляются для гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков. Этот вид туризма ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта. Однако, данное определение не является конечным, так как следует разобраться также в таких понятиях, как деревенский, фермерский, зеленый туризм.

Аналогичный к подходу А. Д. Чудновского к определению данного вида туристской деятельности встречается у М. Б. Биржакова, но он называет ее деревенским (rural) туризмом и подобно А. Д. Чудновскому никак не выделяет в ее составе аграрный туризм. Вместе с тем, для аграрного туризма, который в целом ряде стран с высоким на сегодняшний день уровнем развития сельского туризма оказался его предтечей, характерны отличительные особенности, присущие исключительно ему и отсутствующие у других видов туризма. Доминирующей отличительной чертой здесь является факт вовлечения туриста в хоз. деятельность. То есть участие в сельскохозяйственном производстве является в данном случае разновидностью активного отдыха и источником психологической реабилитации за счет получения новых знаний и впечатлений. В противном случае участие в сельскохозяйственном производстве связывается исключительно с желанием получить выгоды и тогда аграрная составляющая из конечной превращается в промежуточную цель, например, в средство обеспечения, доступности тура. Данная точка зрения полностью обосновывает категорийное содержание аграрного туризма.

Таким образом, складывается ясная картина понимания сельского и аграрного туризма, который будет являться разновидностью сельского. Однако, понятийные разногласия и неясности на этом не заканчиваются. Различные точки зрения ученых, трудности перевода научной литературы, а также поиск новых изысканий и желание

выделить свои умозаключения приводят к проблемам такого рода. Некоторые авторы упоминают такие понятия, как «экологический», «устойчивый», «фермерский», «зеленый туризм», отождествляя их с сельским туризмом.

В наше время широко используется понятие «устойчивый» или «поддерживающий» туризм. Принципы устойчивого туризма были сформулированы ВТО в 1988 г. Под устойчивым туризмом понимается «ведущее управление всеми ресурсами таким образом, чтобы обеспечить удовлетворения экономических, социальных и эстетических потребностей при сохранении культурной целостности, существенных экологических процессов, биологического разнообразия и систем жизнеобеспечения». В литературе можно встретить и понятие «этический туризм», близкий к экологическому и устойчивому туризму: туризм, сохраняющий окружающую культурную и природную среду, а, следовательно, может называться экологическим и устойчивым туризмом. По мнению А. Ю. Дмитрука, устойчивое развитие экологического туризма ориентируется на сохранение этнокультурной среды, восстановление и сохранение традиционного образа жизни местного населения, его культуры и этнографических особенностей.

Под данное определение можно подвести и определения сельского туризма, так как одной из его целей является именно сохранение сельской этнокультурной среды. Однако, не будем забывать, что главной особенностью сельского туризма является территориальная обоснованность, а устойчивый туризм более широкое и глобальное понятие, относящееся прежде всего к общепланетарному развитию туризма, можно сказать к философской категории.

Также можно провести параллели с экологическим туризмом, который несет своей главной целью сохранение природной среды, территории от антропогенного воздействия. Некоторые исследователи приводят такое понятие, как эконотуризм, называя его миссией осуществление агротуристской деятельности с позиции сохранения биоразнообразия и экологизации туристской деятельности. Однако рассматривая сельский и экологический туризм с позиций мотивации и пространственной принадлежности осуществления деятельности, данные понятия не могут быть родственными, так как они организуются на различных территориях: сельский туризм – организация деятельности на селе, экологический – организация в пределах ООПТ.

«Зеленый туризм» как концепция поддержания экологического равновесия и экологически воспитанного поведения туристов, также не будет тождественным понятию «сельский туризм», и тем более не будет являться его разновидностью.

«Фермерский туризм», встречающийся в литературе, интерпретируется как отдых на фермах, на наш взгляд, не имеет весомых оснований для выделения его в качестве

отдельного вида и в некоторых случаях он будет являться синонимом сельского, однако при этом не будет выполнять функций, которые выполняет сельский туризм.

Таким образом, исследовав ряд научных трудов и сопоставив понятия по данной проблеме, мы пришли к выводу о том, что для российской действительности применим термин «сельский туризм» со всей полнотой его характеристик, которые отражены в предложенном нами определении: «Сельский туризм – вид туристской деятельности, осуществляемой на сельских территориях, ориентированный на использование сельскохозяйственных, природных, этно-культурных и других ресурсов конкретной местности для создания комплексного туристского продукта с целью вовлечения в фермерскую деятельность, ознакомления с культурно-историческими и этническими особенностями сельской территории, а также занятия сопутствующими видами активной деятельности».

ЛИТЕРАТУРА

1. Дунец А. Н. Сельский туристский бизнес в Алтайском крае: учебное пособие. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2009. – 126 с.
2. Здоров А. Б. Комплексное развитие туризма в сельской местности. – М.: Универсум, 2009. – 153 с.
3. Рутинський М. Й. Сільський туризм: Навч. Посіб / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінко. – К.: Знання, 2006. – 271 с.

КУСЕРОВА А. И.
СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ
ТУРИЗМА В МОРДОВИИ

Аннотация. Статья посвящена спортивно-событийному туризму, который может стать основой развития туризма в Республике Мордовия. Автором раскрываются особенности спортивно-событийного туризма и возможности Республики Мордовия для его развития в преддверии Чемпионата мира по футболу 2018 г.

Ключевые слова: спорт, туризм, спортивно-событийный туризм, инфраструктура, мероприятие, Республика Мордовия, региональная политика.

KUSEROVA A. I.
THE SPORTS EVENT TOURISM AS A BASIS
OF TOURISM DEVELOPMENT IN MORDOVIA

Abstract. The article considers the sports event tourism as a possible basis of tourism development in the Republic of Mordovia. The author studies the features of the sports event tourism and the opportunities of the Republic of Mordovia for its development prior to hosting the FIFA World Cup 2018.

Keywords: sport, tourism, sports event tourism, infrastructure, event, Republic of Mordovia, regional policy.

Посещение ярких и часто неповторимых событий в культурной, спортивной или деловой жизни в масштабах региона или всего мира – основа событийного туризма. Существует множество поводов для организации событийных туров. Можно выбрать крупные спортивные события, такие как Олимпиады, мировые и европейские чемпионаты по футболу, гонки «Формулы-1», теннисные, хоккейные и др. турниры. В мире культуры популярны различные фестивали, которые ежегодно проводятся во многих странах мира и представлены арт-фестивалями, классическими, джаз-, рок-, фолк- музыкальными фестивалями, кинофестивалями, цветочными фестивалями и т. д. К значительным событиям в области музыки относятся концерты мировых знаменитостей. В деловой жизни важную роль играют профильные бизнес-выставки и экономические форумы [1].

На стыке культурных и спортивных мероприятий формируется событийно-спортивная сфера, которая является основой спортивно-событийного туризма. Спортивный туризм имеет давние корни и на современном этапе структурно усложняется под воздействием развития индустрии развлечений.

Также как и любой вид туризма, спортивно-событийный туризм нуждается в формировании специфической инфраструктуры. Можно сказать, что по своим масштабам и финансированию инфраструктура спортивного туризма вряд ли может соперничать с каким-то другим видом туризма. Это не только гостиницы, бары, рестораны и кафе, которые включают определенное меню для спортсменов, но и огромное количество спортивных объектов (стадионы, бассейны, треки, тренажерные залы, горнолыжные спуски, трассы для различных видов спорта, развлекательные заведения и многое другое). Кроме того, это огромное количество предприятий специализирующихся на производстве спортивной одежды, обуви, спортивного инвентаря, медицинских препаратов, оборудования для контроля физического состояния спортсменов и т. д. Таким образом, спортивно-событийный туризм представляет собой мощную индустрию [2].

Республика Мордовия славится достижениями в области спорта. Многих наших спортсменов знают во всем мире (О. Каниськина, Д. Нижегородов, В. Борчин, Е. Лашманова и др.). Именно благодаря спортивным достижениям они представляют республику на многих крупнейших спортивных мероприятиях мирового уровня. В свою очередь и Мордовия принимает крупные спортивные соревнования и многих известных спортсменов России и мира. За последние 4 года проведен 21 Чемпионат и Первенства по 13 видам спорта. В них участвовали 137 лучших спортсменов, в 9 Чемпионатах и Первенствах Мира и Европы – 29 спортсменов, 7 лучших спортсменов республики участвовали в XXVII летних олимпийских играх в г. Сидней (Австралия), 4 спортсмена-инвалида представляли нашу столицу на Паралимпийских играх в Австралии [3].

Все это свидетельствует о том, что в республике назрела необходимость для развития туризма, особенно таких его видов, которые связаны со спортивной сферой. Прежде всего, это *спортивно-событийный туризм*. Он представляет собой комплексную систему развития туризма, основанного на отдыхе, оздоровлении, экскурсионном обслуживании, спортивных, деловых, научных и развлекательных событий. Система спортивно-событийного туризма отражена на рисунке 1.

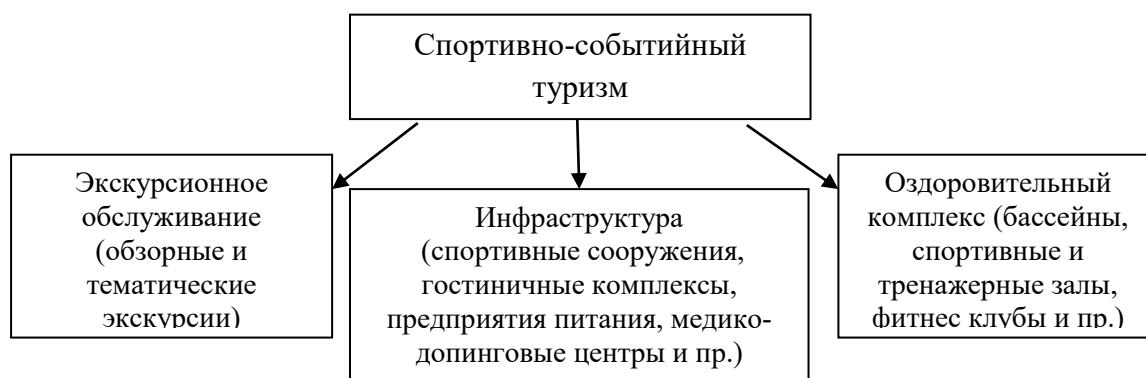


Рис. 1 – Система спортивно-событийного туризма

Для Республики Мордовия особое значение имеет развитие именно спортивно-событийного туризма. Город Саранск (столица республики) неоднократно становился ареной грандиозных этнокультурных событий. Об этом свидетельствует фестиваль «Шумбрат, финно-угрия» (2007 г.) и «1000-летие единения мордовского народа с народами России» (2012 г.). Неоднократно Мордовия принимала и большие спортивные соревнования: юниорское первенство России по фигурному катанию (2011 г.), чемпионат России по летнему биатлону (2011 г.), 25-й Кубок Мира ИААФ по спортивной ходьбе (2012 г.), спортивный форум «Россия – спортивная держава» (2012 г.), этапы Кубка России по велоспорту-ВМХ, Всероссийский турнир по греко-римской борьбе памяти Героя Советского Союза Михаила Девятаева, Международный фестиваль боевых искусств и др.

При развитии спортивного туризма в Мордовии необходимо помнить о том, что туризм обеспечивает косвенную поддержку маркетинговых программ, проводимых спортивных соревнований. За счет туристов значительно возрастает объем продаж входных билетов на соревновательные и официальные мероприятия. Как показывает практика, болельщики – это достаточно состоятельные или хорошо обеспеченные граждане, для которых присутствие на спортивных мероприятиях престижно и является частью имиджа, чем и объясняется их готовность потратить значительные суммы. Эффект спортивного мероприятия не ослабевает и по его завершении. Спортивные мероприятия, состоявшиеся в том или ином городе, становятся историческим фактом, усиливающим притяжение туристов. Наибольшее число болельщиков обычно «поставляют» страны, чьи спортсмены имеют реальный шанс на победу в каком-нибудь виде соревнований. Период пребывания туристов в стране обычно совпадает со сроками проведения соревнований [2].

Спортивно-событийный туризм является разновидностью специализированного туризма. В рамках специализированного тура особое внимание уделяется широкому кругу вопросов связанных, в частности, с профессиональными и различного рода спортивно-туристскими интересами путешественников. Например, может выделяться спортивно-познавательный туризм, цель которого – узнать больше о культуре, искусстве, жизни и традициях местных жителей той дестинации, куда отправляется турист. Такие туры длятся от 3 до 7 дней. Поэтому обычно в таких турах планируется большое количество экскурсий, посещение музеев и т. д. Именно данное направление в Мордовии может активно развиваться [1].

Для этого в республике существуют определенные ресурсы (наличие музеев, памятников, религиозных объектов и пр.), но вся имеющаяся инфраструктура должна

реконструироваться, оснащаться транспортной инфраструктурой и действовать как единая система, работающая на обслуживание туристов.

В настоящее время для республики Мордовия особой темой является строительство спортивных сооружений. С 2000 г. в соответствии с Указом Главы Мордовии «Об инвестиционной поддержке социальной сферы республики» осуществляется доленое финансирование строительства объектов культурного и спортивного назначения за счет федерального и республиканского бюджетов, а также муниципальных средств. Все это позволило расширить географию спортивных объектов по всей территории республики, а не только в столичном центре – городе Саранске (рисунок 2).

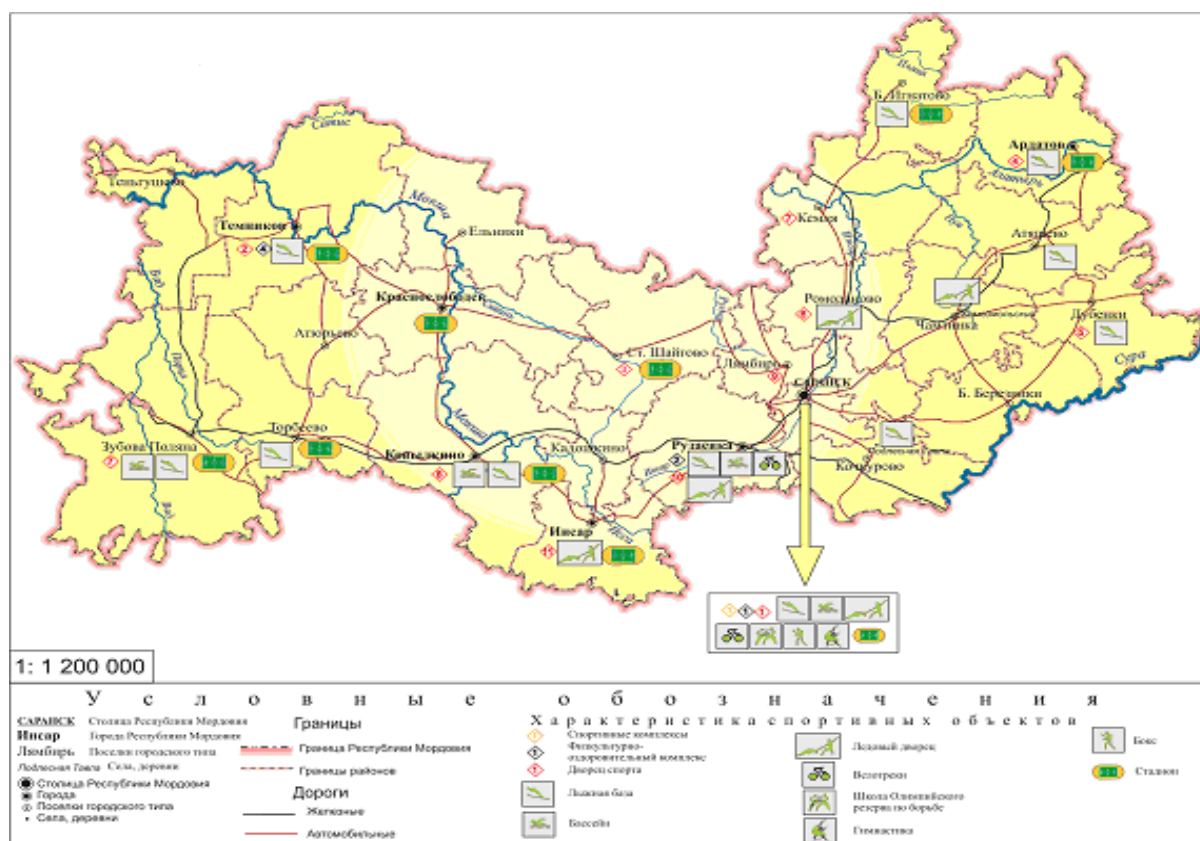


Рис. 2 – География спортивных сооружений Мордовии [3]

Без развитой материально-технической базы нельзя добиться хороших спортивных результатов и тем более проводить важнейшие спортивно-событийные мероприятия российского и мирового уровня. Сегодня регион считается одним из лидеров в области строительства спортивных объектов, а также реализации Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в РФ на 2006-2015 гг.».

Создание современной спортивной инфраструктуры, открытие новых спортивных школ, приглашение квалифицированных тренеров и специалистов и, особенно, успехи спортсменов республики на крупных международных соревнованиях способствуют росту численности населения, систематически занимающегося физкультурой и спортом. В

настоящее время порядка 22 % населения Республики Мордовия регулярно занимается спортом [4].

Важным показателем уровня развития физической культуры и спорта является количество занимающихся. Так, общее число посещающих секции по видам спорта, клубы и группы физкультурно-оздоровительной направленности в 2012 г. составило более 188 тыс. чел. По сравнению с 1998 г. этот показатель увеличился более чем на 50 %. Это результат эффективности проводимой в последние годы политики развития спорта и физической культуры в Мордовии. На рисунке 3 отражено количество занимающихся спортом на территории Республики Мордовия.

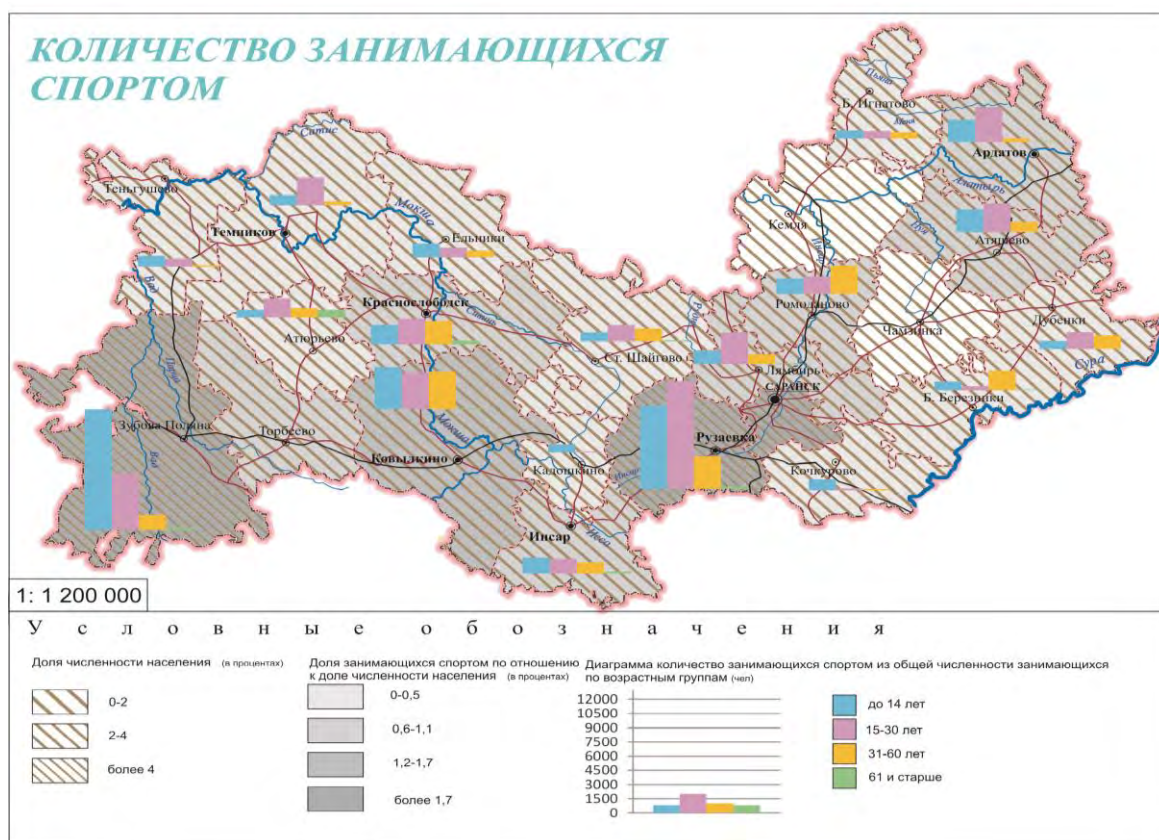


Рис. 3 – Количество занимающихся спортом по территории в РМ

Анализ рисунка показывает, что наибольшее количество занимающихся спортом приходится на административный округ Саранск, а также Рузаевский и Zubovo-Polyanskiy районы. Высокое количество занимающихся спортом наблюдается также в Ardatovskom и Kovylkinskom районах республики.

Республика Мордовия в последнее время по праву получила статус спортивного региона. О спортивном феномене Мордовии можно говорить как о результате напряженной целенаправленной работы по развитию массового спорта и спорта высших достижений. Эта работа является одним из важных факторов социального развития республики.

Можно с уверенностью говорить о том, что спортивный сегмент республики опирается на мощную спортивную инфраструктуру и многоаспектную региональную политику в области физкультуры и спорта. Именно поддержка спорта высших достижений и массовой физической культуры на всех административных уровнях сыграла немаловажную роль в выборе столицы республики, города Саранска, в качестве одного из мест проведения матчей Чемпионата Мира по футболу в 2018 г. наряду с крупнейшими городами России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакин А. В. Специальные виды туризма. – Р/на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Кириллов В. ФЦП 2006-2015 гг. Спортивная индустрия Республики Мордовия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mordoviatv.ru>
3. Кусерова А. И. Состояние спортивной инфраструктуры в Республике Мордовия // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания: Сборник материалов XX Молодежной международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2014. – С. 16–20.
4. Учайкин В. Ф. Описательный отчет о работе в области физической культуры, спорта и туризма в Республике Мордовия за 2011 год. – Саранск, 2012. – 5 с.

ЖУЛИНА М. А., ТЕРЕХОВА Ю. С.

**ЭТНОТУРИЗМ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ
РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ**

Аннотация. В статье рассматриваются особенности этнического туризма как приоритетного направления развития Республики Мордовия. Авторами раскрывается сущность этнического туризма, его основные элементы, которые имеют место на территории республики, а также возможности региона для развития данного вида туризма.

Ключевые слова: этнический туризм, Республика Мордовия, население, промыслы, национальные традиции, фольклор, этнические центры.

**ZHULINA M. A., TEREKHOVA YU. S.
ETHNIC TOURISM AS A PRIORITY AREA
OF MORDOVIA DEVELOPMENT**

Abstract. The article considers the features of ethnic tourism as a priority area of Morodvia development. The authors reveal the identity of ethnic tourism and its constituent elements on the territory of the Republic of Mordovia. The study also analyzes the regional opportunities for ethnic tourism development.

Keywords: ethnic tourism, Republic of Mordovia, population, crafts, national traditions, folklore, ethnic centers.

В настоящее время этнический туризм активно развивается и является отраслью туристской специализации для многих стран мира. Преимущество таких путешествий заключается в том, что турист погружается в совершенно другую атмосферу страны, прикасается к ее древней культуре, знакомится с местным населением, его бытом и оригинальными традициями, и тогда непроизвольно начинает примерять на себя такой неповторимый образ жизни.

Этнический туризм – это вид туризма, основанный на национальных особенностях народа, включает исследование, прикосновение и погружение в культуру, обычаи, праздники, религию разных народов. Этнический туризм имеет своей целью ознакомление с бытом, культурой, традициями и обычаями людей. Во время таких поездок, туристы изучают определенную этническую группу населения и их жизнь через:

- национальное жилище и бытовую утварь;
- национальные традиции, фольклор, обряды и праздники;
- народные промыслы;
- национальную кухню.

Основные цели развития этнического туризма в регионах:

- создать позитивный образ региона (места);

- сохранить культурное наследие народа;
- улучшить качество жизни местного населения;
- привлечь внимание к региону, событию;
- увеличить доходы от туризма.

Этнический туризм может быть представлен двумя основными видами. Во-первых, это посещение существующих поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта определенных народов. Во-вторых, этнический туризм включает в себя знакомство с музеями народного быта, «этническими деревнями», этнокультурными центрами, где собраны предметы быта, сохраняются традиции и воссоздается национальный колорит отдельного народа, воспроизводятся изделия народных промыслов.

«Этнические деревни» являются важным сегментом этнического туризма. Такие деревни создаются на ограниченных территориях, вписываются в элементы природного и культурного ландшафта и насыщаются различными инфраструктурными элементами (национальные жилые постройки, бани, музеи, гостиницы, рестораны, дороги, торговые павильоны) [1].

Факторами успешного развития этнического туризма являются:

- наличие этнографического объекта;
- реализация программ по развитию туризма в регионах (например, утвержденной правительством Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)»);
- координация регионального турпродукта и продвижение его на российский и международные рынки;
- создание туристских кластеров на территории потенциально перспективных регионов.

Этнический тур (этнотур) имеет ряд особенностей. Тем не менее, именно этнический тур способствует созданию положительного имиджа региона. В программу тура можно включить:

- ознакомление с домашним хозяйством: огород, сад, сарай, хлев или загон для домашнего скота, баня;
- участие в мастер-классах (резьба по дереву, вышивка, бисероплетение, валяние валенок, приготовление блинов и др.)
- участие в работе на личном крестьянском подворье;
- совместно с местными жителями знакомство с фольклором мордвы и участие в народных мордовских играх;
- дегустация национальной кухни;
- приобретение сувениров, возможно, изготовленных с участием самого туриста [3].

Мордовия – многонациональная республика, где издавна сложились гармоничные межэтнические отношения и самобытная национальная культура. Республика Мордовия

является одним из перспективных стабильных регионов Поволжья, в котором потенциально может развиваться этнический туризм. На ее территории проживают русские, мордва, татары, украинцы и другие народы [8].

Мордва – угро-финская народность, проживающая в бассейнах рек Мокшы и Суры. Мордва относится к так называемым бинарным этносам – народ состоит из двух основных этнических групп: мокша и эрзя. Название «мордва» – иранское по происхождению означает «человек», «мужчина» [9].

Ведущую роль в традиционном хозяйстве мордвы издавна играло пашенное земледелие, на втором месте по значимости находилось животноводство. Значительную роль играли подсобные занятия, связанные с использованием лесов и водоемов – охота (у средневековой мордвы беличьи шкурки выступали в качестве менового эквивалента), рыболовство, бортничество [6].

Фольклор мордвы богат, высокохудожественен, имеет свою специфику. Особенностью мордовского устного народного творчества является то, что прозаические произведения (сказки, предания, легенды) могут иметь и свои песенные параллели: песни-сказки, песни-предания и т. д. Составной частью обрядовой поэзии являются заговоры, которым в обряде придавалось магическое значение [7].

Этнические танцы мордвы связаны с брачными «плясками» журавлей. Образ утки, как священной птицы, присутствующий в орнаменте, вышивке отразился и в этнической хореографии [2]. Как город, принимающий Чемпионат мира по футболу FIFA 2018™, Саранск выбрал именно образ утки Иненормунь для своей эмблемы. Иненормунь – буквально Великая птица или Святой дух, которая помогала в творении Вселенной Творцу.

С целью сохранения фольклорных традиций, в республике ежегодно проводятся десятки праздников и фестивалей народной песни и танца, а также дни мордовской культуры в других регионах страны.

Есть села, которые сохранили древние традиции и до сих пор отмечают языческие праздники, проводят обряды и молятся богам. Некоторые празднуют по-особенному известные русские праздники (Троица, Яблочный Спас, Масленица и др.), проводят фестивали, дни мордовского языка и устраивают концерты фольклорных коллективов.

Национально-фольклорные праздники, такие как «Велень Озкс» («Сельское моление»), «Акша Келу» («Белая береза»), «Раськенъ Озкс», фестиваль-конкурс резчиков по дереву «Поющее дерево», фестиваль древней мордовской музыки «Зов Торама», спортивные мордовские состязания «Тюштянь налксемат» стремятся сохранить историю своего села и своего народа [3].

Художественные промыслы, имеющиеся на территории Мордовии, формировались на основе лучших традиций декоративно-прикладного искусства мордовского народа. Шитье бисером стало характерным практически для всех локальных групп мордвы. У мокши было

распространено художественное вязание [5]. Познакомиться с работой мастеров можно в столице республики и этнокультурных центрах, где будет предложено не только приобрести изделия, но и воочию ознакомиться с технологией промыслов, а также попробовать себя в роли мастера.

Основу питания мордвы, как и других земледельческих народов, составляли продукты земледелия. В большом количестве употребляли кислое молоко и грибы. К национальным кондитерским изделиям можно отнести пироги с тертой сушеной черемухой, со свежей калиной и щавелем, слегка подслащенным сахаром или медом. Из овощей национальными можно считать редьку и репу. Национальным мясом у мордвы была зайчатина [7]. Мед использовали в основном при приготовлении обрядовых и праздничных блюд и как лекарственное средство. Из продуктов пчеловодства готовили различные напитки: медовую брагу, хмельное пиво – пуре [8].

К сожалению, в настоящее время многие мордовские блюда были забыты и давно не готовятся даже в деревнях. Но есть несколько рецептов, не сложных в приготовлении и подходящих для подачи и дегустации в этнокультурных центрах или ресторанах и кафе национальной кухни. Например, пшениные блины пачат, щи со свежей капустой, печень, жаренная со свиной, каймак (ватрушка с картофелем), селянка, традиционная поза (слабоалкогольный напиток из сахарной свеклы) или арям.

В Мордовии были созданы наиболее благоприятные условия для развития этнического туризма в селах, сохранивших национальные традиции, где были построены этнокультурные центры.

В селе Старая Теризморга находится один из самых известных мордовских культурных центров – Мокшанский центр национальной культуры, который начал работать в 1992 г. Возникновение села датируется второй половиной XVI столетия. В 2007 г. Президентом РФ В. В. Путиным в рамках Международного фестиваля культур финно-угорских народов «Шумбрат, Финно-Угрия!» был открыт этнокультурный центр, в состав которого входит этнографический музей, где воссоздан быт сельских жителей, представлены вышивки, национальные костюмы и изделия прикладного творчества из других районов республики. В Центре работает детский ансамбль «Лаймоня», кружки «Народная вышивка» и «Плетение бисером», Старотеризморгский народный хор – лауреат Государственной премии Республики Мордовия. Гости музея могут познакомиться с работами мастеров и прослушать мордовские песни в исполнении народного хора. Важное место занимает этнографический музей под открытым небом «Крестьянская усадьба», где воссоздан быт мордовской крестьянской семьи [4].

Еще одним этнокультурным центром является эрзянское село Подлесная Тавла Кочкуровского района. Село издавна славится резьбой по дереву. Уже более 20 лет функционирует экспериментальная художественная школа с выставочным залом, где

представлены работы учеников и преподавателей. Аналогов тавлинской резьбы в России нет, так что ее можно назвать уникальной. Также в 2006 году в селе открыт дом-музей Владимира Ромашкина – основателя известнейшего в финно-угорском мире фольклорного ансамбля «Торама».

В Ардатовском районе республики расположено село Урусово или «столица валенок». Музей «Русские валенки» открылся в 2006 году в помещении школы. Все экспонаты музея – это дар жителей села. Для посетителей музея местные валяльщики прямо в музее показывают технологию валяния.

Признанным центром финно-угорского мира является столица республики – город Саранск. Этнический туризм в городе развивается на основе музеев и национальных театров – Мордовского республиканского объединенного краеведческого музея им И. Д. Воронина, который насчитывает еще 9 филиалов в районах республики, Музея мордовской народной культуры, Мордовского Республиканского музея изобразительных искусств им. С. Д. Эрьзи, Мордовского государственного национального драматического театра, Государственного музыкального театра им. И. М. Яушева.

В 2012 г. в центральной части Саранска, на берегу реки создан новый объект культуры – музейно-этнографический комплекс «Мордовское подворье». Вниманию жителей и гостей города представлена мордовская изба с предметами национальной утвари. Элементы благоустройства в деревенском стиле с национальным колоритом – баня, амбар, колодец, изба, кузница и ресторан национальной мордовской кухни.

В республике регулярно проводятся всероссийские и международные научно-образовательные, фольклорно-этнические, спортивные и общественные форумы. Саранск уже принимал у себя международный фестиваль «Шумбрат, Финно-Угрия!», международный спортивный форум «Россия – спортивная держава», съезды финно-угорских народов России и многие другие важные соревнования и фестивали. В августе 2012 года в республике прошло масштабное мероприятие «Тысячелетие единения мордовского народа с народами Российского государства». В настоящее время реализуется масштабная программа подготовки к Чемпионату мира по футболу 2018, ведется строительство целого ряда крупных социально значимых объектов, что позволит создать инфраструктуру, комфортные условия для плодотворной работы.

Так как республика позиционирует себя как «сердце финно-угорского мира» и считается перспективной для развития этнического туризма нами были разработаны экскурсионные маршруты с этническими элементами.

Пешеходный маршрут по городу Саранску занимает примерно 2-2,5 часа и знакомит гостей, хотя бы поверхностно, с национальными особенностями мордовского народа. Так как аттрактивные объекты этнического характера разбросаны по территории республики, есть предложение сделать два этнических маршрута одного дня: в восточном направлении, где в

основном проживает мордва-эрзя с названием «Путь эрзи» («Эрзянь Ки») и в западном направлении «Путь мокши» («Мокшань Ки»).

Мордовские этнокультурные центры должны работать над развитием и продвижением своих туристских услуг. При правильной организации рекламной кампании финно-угорские народные праздники и фестивали способны стать центром притяжения не только для российских, но и для иностранных гостей.

Мордовским этническим центрам нужна «изюминка», что-то индивидуальное и яркое, чтобы наполнить экскурсионный показ красочным рассказом. Подлесная Тавла, Старая Теризморга, Урусово обладают всеми нужными ресурсами, но уровень их развития, «раскрученности» и сервиса далек от мирового [4]. В рамках подготовки к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018™ этнотуризм должен быть поднят на новый уровень развития. В связи с этим выработаны конкретные предложения:

- обеспечить квалифицированным персоналом этнокультурные центры: администраторы, экскурсоводы, переводчики и т. д.;
- оборудовать несколько автобусов или микроавтобусов микрофонами, а также оформить их внешний вид в мордовском стиле;
- построить отели эконом-класса в стиле «кантри» для приезжих групп;
- наладить приготовление и подачу национальной пищи в столице и в перспективных местах Мордовии;
- реализовать концертную программу для этнических центров и «национальных деревень» (выступление хора, национальные танцы, инсценировка праздников, игр, обрядов и мордовской свадьбы);
- организовать в «национальных деревнях» рекреационно-развлекательную программу (катания на лошадях по прилегающей местности, участие в обрядах и играх, ведение хозяйства, изучение движений мордовских танцев и хороводов);
- продвигать этнический продукт с помощью грамотной рекламной кампании;
- обновить информацию на городских сайтах об этнических центрах, дать точные контакты и перечень услуг, сделать качественные фотографии [3].

Как показало наше исследование, развитие этнического туризма в России должно стать ведущим направлением деятельности. Этот вид туризма будет востребован в будущем в связи с его уникальностью и неповторимостью. У России в целом и в финно-угорских регионах, в частности, имеется огромный потенциал для развития этнического туризма. Но не во всех регионах этот потенциал реализован. Путем создания этнических маршрутов, построения новых этнокультурных центров и «национальных деревень» возможно создать положительный образ региона, улучшить качество жизни населения, увеличить доходы от туризма, привлечь внимание к региону, а также сохранить уникальные традиции своего народа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. – СПб.: Невский фонд, 2002. – 320 с.
2. Бурнаев А. Г. Мордовский танец (история методика практика): учебное пособие. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2002. – 232 с.
3. Жулина М. А. Аспекты формирования региональной программы развития туризма Республики Мордовия / М. А. Жулина, М. И. Фирстов, Н. Е. Нехаева // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. – 2013. – № 2 (26). – С. 35–43.
4. Жулина М. А. Потенциал Республики Мордовия для создания этнических туров / М. А. Жулина, Ю. С. Терехова // Географические проблемы сбалансированного развития староосвоенных регионов. сб. научных ст. Междунар. научно.-практ. конф. – Брянск: Брянский гос. ун-т, 2012. – С. 74–79.
5. Лузгин А. С. Промыслы Мордовии. – Саранск: Мордов. кн. изд-во, 1994. – 144 с.
6. Мордва. Историко-этнографические очерки. – Саранск: Мордов. кн. Изд-во, 1981. – 336 с.
7. Мокшин Н. Ф. Мордовский этнос. – Саранск, 1989. – 160 с.
8. Наследие финно-угорских народов. – [Электронный ресурс]. – Информационно-ресурсный центр Национального исследовательского Мордовского государственного университета. – Режим доступа: <http://portal.do.mrsu.ru>.
9. Финно-угорский культурный центр Российской Федерации. – [Электронный ресурс]. – Информационный центр «Финноугория». – Режим доступа: <http://www.finnougoria.ru>

САРАЙКИНА С. В., ТРУБНИКОВ А. Е.
ОСОБЕННОСТИ УСЛУГ В СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОМ ТУРИЗМЕ
И СПЕЦИФИКА ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Авторами раскрываются вопросы, связанные с особенностями оказания услуг в рамках спортивно-событийного туризма. Также уделяется внимание специфике организации спортивно-событийного туризма, требующего не только особенного подхода к созданию инфраструктуры, но и организации мероприятий, в рамках которых спортивно-событийный туризм реализуется как вид туризма.

Ключевые слова: туризм, услуги, спортивно-событийный туризм, спортивные и культурные мероприятия, инфраструктура, организация.

SARAYKINA S. V., TRUBNIKOV A. E.
SERVICE SECTOR OF SPORTS EVENT TOURISM AND ITS PLANNING SPECIFICS

Abstract. The article considers the issues of service as an integral part of the sports event tourism. The authors also study the features of sports event tourism planning. Thus, the latter requires a special approach not only to the infrastructure development, but also to the arrangement of sports events this type of tourism is focused on.

Keywords: tourism, service sector, sports event tourism, sports and cultural activities, infrastructure, planning.

При изучении туризма в целом и спортивного туризма в частности применяется широко распространенный в современной туристской практике термин «планирование региона» (region planning), который часто используется для определения планирования в масштабах географического региона, обладающего необходимыми услугами, достопримечательностями, инфраструктурой и потенциалом для привлечения туристов. Создание эффективной системы развития спортивно-событийного туризма в регионе невозможно без создания комплексной туристской услуги. При этом обслуживание туристов носит одновременно как комплексный, так и специфический характер, так как его организация и структура принципиально отличаются от обслуживания во время их оседлого проживания. Под комплексной туристской услугой в данном случае будут подразумеваться основные услуги по размещению, питанию, транспортные услуги, культурные, спортивные, рекреационные, экскурсионные, а также дополнительные, в том числе специальные туристские товары и сувениры, потребляемые в месте пребывания.

Соответственно, для удовлетворения потребностей туристов особое значение приобретает формирование в регионе детализированной системы спортивно-событийного туризма (рисунок 1).

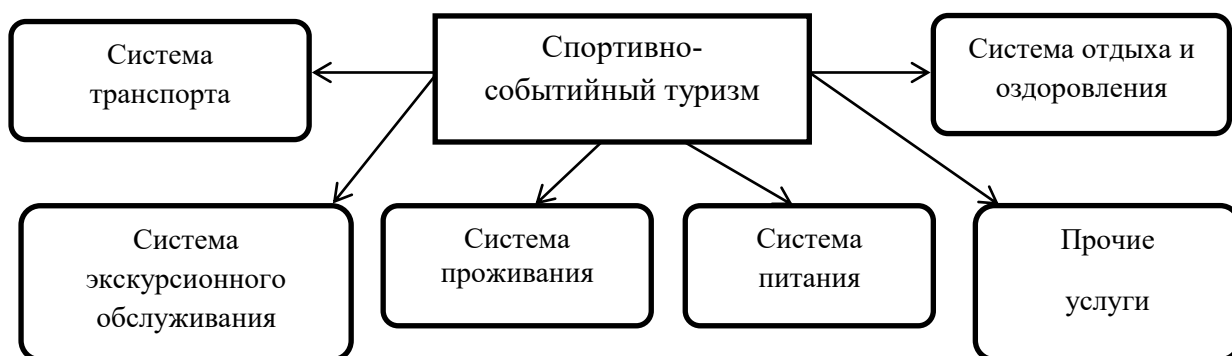


Рис. 1 – Система спортивно-событийного туризма

Как мы знаем, характерной особенностью туризма является разделение потребностей туриста на три группы:

- *обязательные* (транспорт, проживание, питание);
- *специфические* (характерные только для того или иного вида туризма);
- *дополнительные* (экскурсионные программы, сувениры и т.д.)

При этом важнейшей особенностью спортивно-событийного туризма является то, что в отличие от многих других видов туризма, потребители данных туристских услуг ставят во главу угла не обязательные, а специфические потребности. Главной целью путешествия в данном случае является показательное выступление или спортивное соревнование, организованное для популяризации спорта и привлечения зрителей, сопутствующие же элементы комплексной туристской услуги несут при этом ряд особенностей, которые мы рассмотрим подробнее (рисунок 2).

Услуги проживания. Главной особенностью в данном случае является то, что туристы, приезжающие понаблюдать за спортивными состязаниями, склонны выбирать наиболее доступные варианты проживания, чаще групповые. Как показывает практика проведения крупных спортивных мероприятий, таких как Чемпионат Мира по футболу 2006 г. в Германии, Летних Олимпийских игр в Лондоне в 2012 г. и др., наиболее востребованным типом гостиниц являются хостелы, которые предлагают туристам услуги проживания по доступным ценам. В России в этом плане ощущается острая нехватка качественных недорогих гостиниц, причем эта проблема охватывает не только относительно проблемные регионы, но и важные туристские центры, претендующие на роль центров еще и спортивно-событийного туризма. Без подобных учреждений значительно увеличиваются

расходы туристов, и, соответственно, теряется интерес к посещению того или иного спортивного мероприятия.

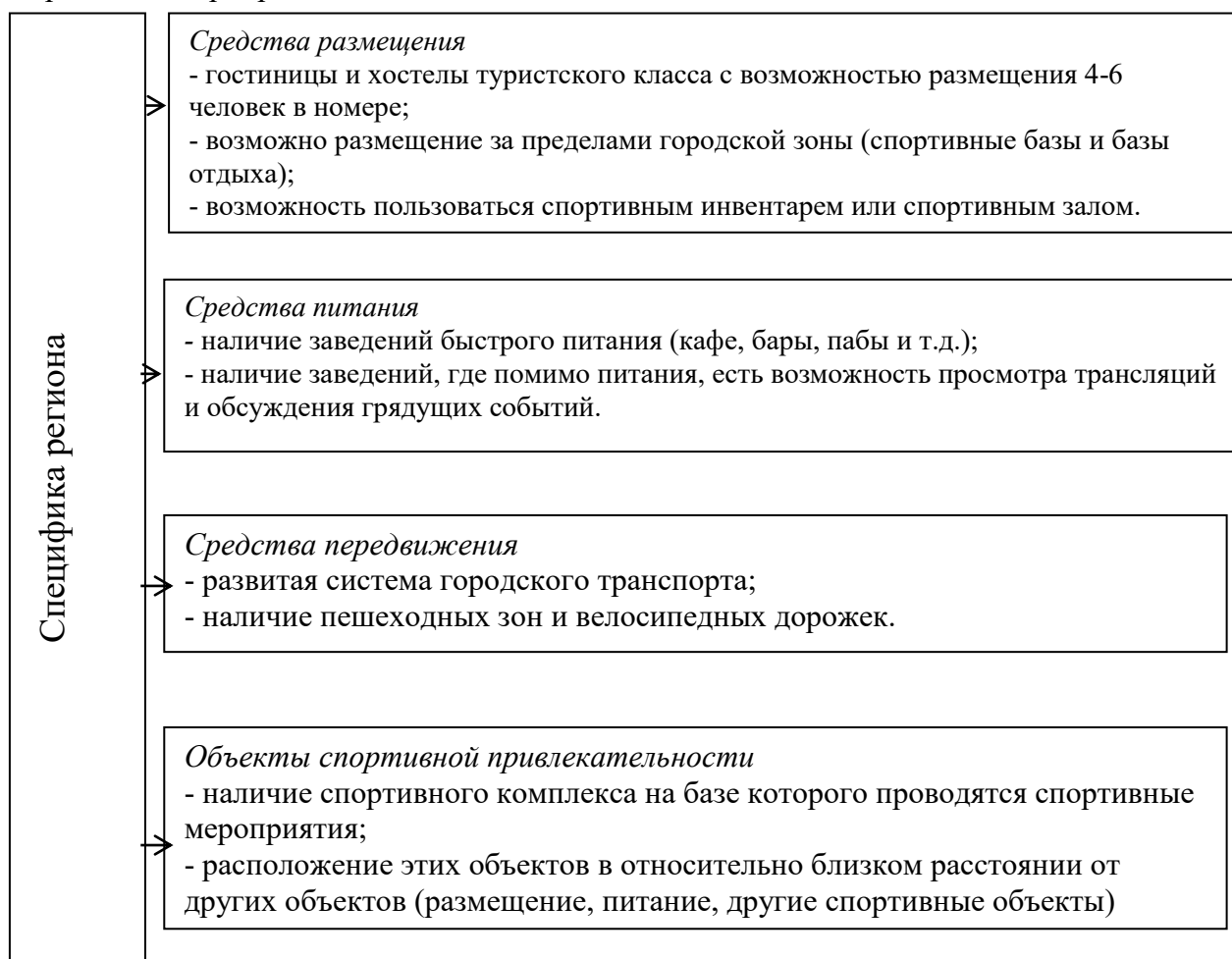


Рисунок 2 – Специфика спортивно-событийной инфраструктуры в туристском регионе [1]

Услуги питания также являются важным элементом комплексной туристской услуги, причем говоря об услугах питания в спортивно-событийном туризме следует отметить, что наибольший спрос в данном сегменте рынка имеется на недорогие кафе, пабы, бары и рестораны, предлагающие помимо бюджетных цен еще и возможность посмотреть трансляцию того или иного спортивного мероприятия. Также, исходя из опыта зарубежных стран, большой популярностью пользуются рестораны быстрого питания крупных мировых сетей, таких как McDonalds, Subway, Burger King и др. Все они предлагают относительно недорогие варианты питания и распространены в крупных туристских центрах.

Транспортные услуги. Для удешевления стоимости поездки, туристы, вместо комфортабельных автобусов, для перемещения по туристской дестинации обычно используют общественный транспорт. При этом лишь при перемещении на дальние расстояния выбор ложится на железнодорожный транспорт или, если нет такой

возможности, на авиационный. Также важными факторами выбора средства передвижения являются возможные скидки на транспорт. Например, многие авиакомпании устанавливают специальную цену на авиабилеты при организации чартерных рейсов для фанатских клубов. Также они могут получить скидку на рейсовые автобусы. Однако, несмотря на все скидки, автобус и поезд остаются не только наиболее дешевыми средствами передвижения, но и увлекательными для путешествий. Большинство болельщиков предпочитает именно эти средства передвижения самолетам, несмотря на то, что они не безопаснее [2].

Таким образом, на основе изучения потребностей приверженцев спортивно-событийного туризма целесообразно выделить особенности инфраструктуры региона, необходимые для развития этого вида туризма.

Все вышеперечисленные факторы развития спортивно-событийного туризма обуславливают особую специфику принципов обслуживания туристов при создании туров для них. Рассмотрим ее основные элементы.

Организация транспортного обслуживания:

- возможность использования городского общественного транспорта;
- возможность передвигаться пешком;
- возможность ночного переезда между туристскими дестинациями.

Организация спортивно-событийного туристского мероприятия:

- возможность спецификации и выбора в зависимости от видов спорта;
- насыщенность программы для туристов;
- формирование больших по численности групп туристов

Организация обслуживания

- развитие системы самообслуживания;
- обязательное наличие свободного времени.

Очень важным моментом является то, что без стратегии развития спортивно-событийного туризма невозможно сформировать концепцию его развития. Стратегия развития спортивно-событийного туризма заключается не только в создании новой и модернизации прежней инфраструктуры, продвижении спортивного туризма, но и в стимулировании к занятию спортом, пропаганде здорового образа жизни. Для этого необходимо задействовать государственно-правовые, экономические и социальные ресурсы региона. В свете того, что Российская Федерация станет местом проведения крупных спортивных состязаний, таких как Зимняя Олимпиада в Сочи, Чемпионаты мира по футболу и хоккею, которые привлекут десятки тысяч туристов со всего мира, эта проблема является как никогда актуальной и требует незамедлительного решения. Грамотно выстроенная

стратегия развития спортивно-событийного туризма позволит России встать в один ряд с передовыми странами в данном направлении, а также обеспечит ежегодный приток туристов как на внутреннем направлении, так и въездном, что положительно скажется на имидже нашей страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федотов Ю. Н., Востоков И. Е. Спортивно-оздоровительный туризм: Учебник / Ю. Н. Федотов, И. Е. Востоков. – М.: Советский спорт, 2002. – 364 с.
2. Харрис Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке / Г. Харрис, К. М. Кац (Пер. с англ.). – М.: Финансы и статистика, 2007. – 240 с.