

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА И ЭКСКУРСИОННОГО СЕРВИСА

CURRENT TRENDS IN HISTORICAL AND CULTURAL TOURISM AND TOUR SERVICE

*E. Konanova
E. Maslak*

Summary. The article examines the current trends in the development of historical and cultural tourism, unusual museums and areas of film, animation, anime, street art tourism. International experience and prospects of implementation in Russia are analyzed. One of the modern trends in international tourism is the “economy of impressions” — a principle in which great importance is given to the emotions that a tourist experiences during his trip. Tendencies of excursion service at the present stage are considered.

Keywords: historical and cultural tourism, unusual museums, experience economy, kinetism, cartoon holiday, animators, street art tourism, tour service, innovation, business tour, tourist, guide.

Конанова Евгения Игоревна

*К.и.н., доцент, Южный федеральный университет
konanova-evgeniy@mail.ru*

Маслак Елена Николаевна

К.и.н., доцент, Южный федеральный университет

Аннотация. В статье исследуются современные тенденции развития историко-культурного туризма, необычные музеи и направления кино-, мультипликационного, аниме-, стрит-арт туризм. Анализируются международный опыт и перспективы реализации в России. Одним из современных трендов международного туризма является «экономика впечатлений» — принцип, при котором большое значение отводится эмоциям, которые турист переживает во время своей поездки. Рассматриваются тенденции экскурсионного сервиса на современном этапе.

Ключевые слова: историко-культурный туризм, необычные музеи, экономика впечатлений, кинотуризм, мультипликационный туризм, аниметуризм, стрит-арт туризм, экскурсионный сервис, инновации, экскурсионный бизнес, экскурсант, экскурсовод.

В современном туризме одним из определяющих мотивов проведения досуга и отдыха является поиск новых впечатлений (или экономика впечатлений). Историко-культурный туризм реализуется в потребности знакомства и изучения мест, связанных с историей и культурой (прошлых веков и современности), определенной территории, а также посещение событий, отражающих историческую и культурную направленность (исторические реконструкции, национальные фестивали и ярмарки). Задача историко-культурного туризма на современном этапе сформировать спрос наиболее перспективной целевой аудитории — молодежи (возраст от 14 до 30 лет). В условиях «клипового мышления» (прим.авт. — скорость усвоения информации, быстрое переключение внимания с одного предмета на другой, отсутствие глубины мышления, низкая способность формулировать собственные мысли) одной из приоритетных задач досуга является решение трудностей разно уровневое восприятия объектов истории и культуры, в сочетании характера эпохи, социально-экономических, культурных особенностей, менталитета общества. Понимание закономерностей развития локальных цивилизаций, формирует общественное сознание, построенное на фундаментальных культурных ценностях, способное динамично развиваться на пути прогресса мировой цивилизации. Таким образом, для формирования спроса на историко-культурный продукт необходимо предложить экскурсионные программы, от-

вечающие интересам и потребностям данной целевой аудитории.

Одной из тенденций современного историко-культурного туризма является появление необычных музеев. Рассмотрим на примере международного опыта.

Международный музей шпионажа («The International Spy Museum») был открыт в Вашингтоне (округ Колумбия, США) 19 июля 2002 года и является частным музеем [1]. Коллекцию музея составляют более 600 экспонатов. Это самая большая коллекция артефактов международного шпионажа, когда-либо размещаемых на всеобщее обозрение. Предметы, выставленные в музее, освещают работу знаменитых шпионов, стратегию и методы шпионской деятельности в мировой истории. Миссией данного музея является содействие пониманию важности роли шпионажа и влияния, которая оказывала эта деятельность на исторические события. Музей посвящен мировой истории шпионажа, многие объекты показа являются шпионскими разработками бывшего СССР, Великобритании, Германии и других стран.

Музей парижской канализации («Musées Égouts de Paris») предлагает посетителю познакомиться историей развития канализационной сети Парижа, ознакомиться с различными методами очистки воды: от римских поселений Лютеции (приблизительно 18 метров труб

канализации с того времени и до сегодняшних дней находятся под развалинами бань римлян в Латинском квартале) до современности [2]. Экспонаты музея выставлены в подземных галереях действующей канализационной системы, что позволяет посетителю не только увидеть тоннели изнутри, но и понять структуру канализационной сети города. В экспозиции музея представлены знаменитый коллектор авеню Боске, оригинальный отход выпуска, который отводит сточные воды на станцию в Ашере, где происходит очищение, систему защиты от наводнения, которая расположена на площади Резистанс, а также множество макетов и настоящих канализационных машин. Музей пользуется популярностью у туристов и жителей города: ежегодно его посещают около 100000 человек. Следует также отметить, что сама канализационная система Парижа также является историческим объектом.

К примерам подобных российских музеев можно отнести «Музей Стрит-арта» в Санкт-Петербурге и «Музей кино» в Москве.

Музей стрит-арта (г. Санкт-Петербург) был основан в 2012 г. Находится в частной собственности [3]. Миссия данного музея заключается в предоставлении площадки для реализации новаторских проектов молодых художников, хранении и предоставлении информации об уличном искусстве, внедрении нового подхода к развитию индустриальных территорий и удаленных от центра районов посредством творческих практик, и современного искусства. Совместно с Русским музеем, Санкт-Петербургским государственным университетом и Молодежным центром Эрмитажа, музей проводит различные образовательные программы, в том числе лекции, дискуссии, встречи, мастер-классы. Коллекция ежегодно обновляется. Таким образом, музей проводит различные выставки уличного искусства и организует экскурсии по постоянной и временной коллекции музея.

Музей кино (г. Москва) основан в марте 1989 г. [4]. В пространстве «Музея кино» находятся три кинозала для показа фильмов из коллекции музея, оборудованы зоны для постоянной экспозиции и тематических выставок, аудитории для проведения лекций по истории и теории киноискусства. Все экспозиции отнесены к различным фондам, таким как изобразительный фонд (с экспозицией материалов проявления творчества художников в кино — декорации, костюмы, грим), фонд анимации (с такими экспонатами как раскадровки и «фильмовые дела», включающие варианты сценария, договоры с авторами, официальную переписку), фототека (портретная галерея кинематографистов, запечатленных на кинофестивалях, встречах со зрителями и коллегами, фотопробы актеров к фильмам, рабочие моменты киносъемок), фонд киноплакатов и афиш и др.

Спрос на «туризм впечатлений» стимулирует развитие ещё одной тенденции: кино-, мультипликационного, аниме-, стрит-арт туризма. Например, кинотуризм основан на посещении мест, связанных с посещением съемочных мест мирового кинематографа на современном этапе, полнометражных художественных фильмов и сериалов. Наибольшей популярностью пользуются путешествия по местам съемок фильмов фантастического жанра, таких как «Властелин колец», «Звездные войны», «Гарри Поттер», «Сумерки», «Игра престолов», «Викинги» и т.д. Так, компания «Visit Britain» разработала специальную карту по фильмам Гарри Поттера, которая включает в себя все места Великобритании, в которых снимались сцены из всех восьми фильмов. Большая часть съемок «Сумерки» происходила в штате Орегон, тем не менее, наибольшей популярностью пользуются окрестности Форкса, города в штате Вашингтон, где, согласно фильму и одноименным романам Стефани Майер, жили главные герои. Следует отметить, что прежде чем фильм вышел в прокат, туризм в городе Форкс был основан преимущественно на посещении природных туристских мест. Фильмы, снятые по романам Стефани Майер, подняли рынок туризма в штате Вашингтон на совершенно новый уровень. Вместе с тем, в городе ежегодно, в дни рождений главных героев, проходит «День Стефани Майер». В течение этого периода туристы могут участвовать в дискуссиях по книгам, танцах, мероприятиях у костра. Для расширения количества возможных мест, связанных с местами из фильмов, часть местных ресторанов и кафе изменили свои названия на такие как, например, «Bella Burger» или «Twilight Special» [5].

В России данный вид туризма не получил такого распространения. Причины в отсутствии фильмов и сериалов, востребованных в международном прокате. Российский кинематограф приравнивается к советскому бренду. Например, фильмы «Война и мир» (режиссёр С. Бондарчук), «Летят журавли» (режиссёр М. Калатозов), «Анна Каренина» (режиссёр А. Зархи) — эти кинокартины получили мировую известность. Для целевой аудитории молодежь, советский кинематограф не конкурентен с мировыми западными бестселлерами, приведенными выше. Поэтому, кинотуризм для российского потребителя — это выездные туры по местам съемок популярных фильмов и сериалов.

Мультипликационный туризм является одним из популярных направлений в Европе. Например, после выхода в 2013 году мультфильма «Холодное сердце», количество туристов из США, решивших посетить Норвегию, увеличилось более чем на треть [6]. Компания «Innovation Norway», которая представляет «Visit Norway» в США, использовала мультфильм киностудии «Disney», как рекламу Норвегии. И, как отмечает изда-

ние, страницу «Холодное сердце» на сайте «Visit Norway» посетили более 270~<000 раз, что в десять раз больше, чем у обычных страниц сайта. Ещё одной тенденцией стал повышенный интерес к местам для семейного отдыха в Норвегии. В отличие от кинотуризма, развивающегося лишь в тех местах, где снимались популярные фильмы, мультипликационный туризм имеет более широкую географическую карту. Можно привести примеры отдельно взятых историко-культурных объектов и городов, которые послужили прототипом мест или пейзажей мультипликационных фильмов. В России данный вид туризма, также, не развит, несмотря на то, что имеет значительный потенциал реализации в рамках «коммерциализированной» культуры — создание узнаваемых историко-культурных объектов (например, тематических парков, где наряду с аттракционами представлены зоны демонстрирующие мировую историю, мифологических героев, исторических личностей, литературных, кино-, мультипликационных персонажей).

Аниме-туризм — путешествия по местам съемок анимационных фильмов и сериалов. В азиатских странах, например, в Японии данный вид туризма более развит и популярен, чем мультипликационный туризм в странах Европы и Северной Америки. Создан специальный справочник «Anime Tanbou: Seichi Junrei Guide» («Аниме туры: Справочник пилигрима в священную землю»), с информацией о местах, связанных с персонажами и сюжетами аниме-фильмов по всей стране [7]. «Японская национальная туристическая организация» (JNTO), которая выпустила ряд брошюр и туристических аниме-карт (на английском и японском языках), на официальном сайте находится раздел «Japan Anime Map» [8]. В России аниме-туры выездные, как правило в Японию. Молодежь предпочитает самоорганизованные аниме-туры, с самостоятельным выбором перелета и размещения, составления маршрута на основе ресурсов японских сайтов, например, JNTO.

Стрит-арт (англ. «Streetart» — уличное искусство) — направление в современном изобразительном искусстве, отличительной особенностью которого является ярко выраженный урбанистический характер. Стрит-арт включает в себя такие формы искусства, как граффити, трафареты, перфомансы и т.д. Самыми распространенными являются экскурсии по европейским городам: Лондон, Париж, Берлин, Дюссельдорф и другие. В Лондоне предлагается около 10 подобных туров для туристов. Концепция программы сводится к поездке по всему городу и рассказам гида о самых эффектных представителях стрит-арта. В конце зрителям обычно предлагают урок рисования граффити от опытных художников (при этом рисунок будет абсолютно легальным). Лондонские граффити — достопримечательность города — своеобразный музей под открытым небом [9].

Париж, бульвар Менильмонтан (от станции метро Nation до станции метро Couronne), центр современного искусства Жоржа Помпиду, район Бэльвиль с улицей Де-нуа — своеобразной меккой граффити-художников, набережная канала Сен-Мартен, а также 19-й и 20-й округа Парижа — места, где в свое время зародился стрит-арт [10].

Москва, один из городов России, где стрит-арт получил широкое распространение. Здесь проходит множество авторских экскурсий — пеших и на ретрокутерах, велосипедах, по разным районам столицы, как правило, включает мастер-класс по рисованию граффити.

Нижний Новгород с 2015 года предлагает велоэкскурсии по объектам уличного искусства. Подобные экскурсии были проведены в рамках фестиваля стрит-арта «Новый Город: Древний», где частным гидом выступал нижегородский уличный художник, участник художественного коллектива «Muddlehood», Я. Хорев. Через сайт «www.nn.ru» можно перейти по ссылке на сайт гугл-карт, где в малом формате находится карта города, с отмеченными объектами стрит-арта, фотографией и адресом местонахождения. Сайт не является туристским навигатором [11].

Таким образом, инновационные тенденции в области историко-культурного туризма охватывают как отдельные объекты показа (музеи, арт-объекты), событийные мероприятия (тематические фестивали и праздники), так и целые направления (кино-, мультипликационного, аниме-, стрит-арт туризма). На современном этапе все больше создаваемых турпродуктов начинает опираться на «экономику впечатлений» — принцип, при котором большое значение отводится эмоциям, которые турист переживает во время своей поездки.

В современном туризме экскурсионный сервис играет одну из ведущих ролей. Чтобы удовлетворить потребности туриста приходится учитывать целый ряд факторов от момента выбора экскурсионных объектов до использования современных технологий на этапе ее проведения. Безусловно мировоззрение, личностные качества экскурсанта так же сыграют важную роль в восприятии и оценки им экскурсионного обслуживания.

Стоит отметить, что темпы развития экскурсионного бизнеса с каждым годом растут вместе с ростом интереса к экскурсионным объектам других стран и конечно же интереса к своей стране, историко-культурные возможности которой поистине неисчерпаемы. При организации любых видов туризма: познавательного, событийного, делового, паломнического, сельского, экологического, речных круизов и других экскурсионный сервис является, пожалуй, их неотъемлемой частью, именно он позво-

ляет развить широкий кругозор, помочь туристу понять особенности, традиции, менталитет той страны, которую он посещает. Конечно, есть виды туризма, в которых экскурсии не нужны, например, спортивный со сложными переходами и специализированные туры типа охотничьего и рыболовного, которые преследуют абсолютно другие цели.

Посещая новые места человек реализует не только познавательный интерес, заполняя тем самым лакуны в знаниях о той или иной стране, он получает массу эмоций и впечатлений, которые составляют так или иначе общее представление об истории и традициях и формируют оценку поездки в целом. Безусловно сегодня невозможно представить себе человека, который не был участником экскурсии ни разу, сейчас, начиная с дошкольного возраста организуются интереснейшие экскурсии в музеи, реализуются целые циклы экскурсий, позволяющие ребятам познакомиться с деятельностью музея в игровой форме. Часто происходит вовлечение каждого в некое действие, позволяющее пережить описываемый период, почувствовать себя героем другой эпохи, понять почему память о том или ином герое была увековечена в конкретном музейном экспонате. Возраст экскурсантов так же и растет, мы все знаем, что в Европе пенсионный возраст — это время активных путешествий, реализация мечты, на которую порой не хватает времени в период активного возраста работы.

Экскурсия — это блестящий педагог, главный урок которого заключается в известной поговорке «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Сегодня можно посмотреть виртуальные туры по самым топовым музеям мира, увидеть видео сюжеты обо всех путешествиях, но все это никогда не заменит общения с экскурсоводом, который не только расскажет массу интересных фактов об экскурсионном объекте, но и поможет сформировать впечатление о месте посещения. От качественно проведенной экскурсии все мы несомненно получаем большое удовольствие, а экскурсовод моральное удовлетворение от того, что экскурсанты благодаря его стараниям прониклись духом эпохи, расширили границы своего сознания, возможно даже вышли за рамки ограничений, которые формировались до посещения этой страны.

Особенно важно влияние экскурсий в период социализации личности, в мире агрессии и негативного влияния массовой культуры, которая формирует в подрастающем поколении образ сверхчеловека, который не ценит человеческой жизни и всего, что было создано человечеством для духовного обогащения, непосредственное живое прикосновение к экскурсионному объекту позволит развеять навязываемые нам при помощи «Мягкой силы» идеалы. Посещение познавательной экскурсии дает подросткам огромные возможности для

совершенствования собственного интеллектуального уровня, развития наблюдательности, способности созерцать окружающую красоту, часто пробуждает желание творить.

Сегодня у каждого жителя планеты под влиянием СМИ создается порой неверное представление о людях, ценностях, культуре, менталитете, традициях других государств, политические игры выхолащивают культурные ценности, поэтому, именно непосредственное посещение этих стран делает возможным развеять то глубоко негативное впечатление, которое у нас формируется.

Безусловно, одна и та же экскурсия, проведенная разными экскурсоводами способна составить разное представление об экскурсионном объекте, ведь каждый вкладывает в нее частичку себя, построенную на собственном восприятии. Экскурсовод должен быть настоящим профессионалом в своем деле. Несмотря на то, что сегодня предлагается широкий спектр инновации в экскурсионном сервисе, базой всегда должны быть классические приемы ведения экскурсии, начиная с выбора темы, которая является залогом успеха и заканчивая учетом психологических особенностей каждого экскурсанта. На данном этапе развития общества туристские организации и музеи, которые специализируются на внутреннем туризме находятся в поиске инновационных направлений деятельности, среди которых немаловажный интерес вызывают театрализованные праздники, которые привязываются к календарным праздникам и регионального и местного значения. Высший идеал человеческого общества — это производство форм общения людей, разумные потребности которых удовлетворены. Открытие и познание нового — это одна из естественных склонностей человека, которая притупляется в стандартных условиях жизни, но обостряется в условиях путешествия. В последние десятилетия формируется абсолютно другой подход к музейной и экскурсионной деятельности. С формированием коммуникативной модели музея — экскурсию стали рассматривать как специфический вид общения. Подробно такой подход изложен в работах кандидата педагогических наук М. Ю. Юхневич. Предметом общения во время экскурсии являются ценности культуры, представляющие значимость для различных категорий участников [12].

Сегодня мы переживаем влияние различных технологий на жизнь человека, они призваны упростить процесс нахождения информации, заранее познакомиться с посещаемым в дальнейшем объектом. Давайте разберем подробнее некоторые из них. Навигационные и мобильные системы стали частью нашей жизни, мы даже начинаем чувствовать дезориентацию в пространстве если на какой-то период лишаемся этих возможностей. В настоящее время насчитывается более полутора миллиар-

дов мобильных устройств с навигационным функционалом, около пяти миллиардов мобильных устройств, в том числе один миллиард различных телефонов. Человек благодаря этим устройствам может понять где он находится, что безусловно положительно влияет на него психологически, ведь в противном случае некоторые из нас начинают паниковать, не знают как сориентироваться, особенно если речь идет о незнакомой нам стране с абсолютно другим менталитетом местных жителей [13] Мобильные операторы заботятся о том, чтобы сделать интернет для пользования услугой в стране назначения максимально приближенным к ценовой политики комфортной для каждого выезжающего. В экскурсионном сервисе часто предлагаются мобильные путеводители, фактически все большие турфирмы и агентства применяют их в своей деятельности, это бесспорно облегчает работу экскурсоводу и помогает путешественникам получать используемую услугу в наиболее удобной форме. Интерфейс данных систем прост, как правило запускается в ручном режиме с ориентацией на GPS-координаты, когда человек находится в непосредственной близости с историко-культурными объектами, входящими в сферу его интересов.

Но тут стоит задуматься заменят ли они полноценную работу экскурсовода, ведь тот поток информации, который записан на электронные носители рассчитан на массового потребителя услуги и не учитывает индивидуальные особенности экскурсанта, к тому же не всегда может быть идеальный доступ к интернету и языковой переводчик может исказить предлагаемую информацию.

Популярными становятся сегодня аудио и мульти-гиды, которые к слову сказать тоже не всегда являются удобными для путешественников из-за невозможности воспроизвести информацию на родном им языке, особенно это является проблемой для лиц, не владеющих английским языком, который заложен практически во всех устройствах в качестве основного. Система примитивна, гид озвучивает информацию в микрофон, а сигнал передается путешественникам в их наушники.

При всем при этом внедрение таких технологий помогает снизить издержки в работе турфирм, обеспечить удобство и устойчивость работы экскурсоводов, значительно облегчает сервис работы с зарубежными путешественниками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Turizm.Ru// Международный музей шпионажа// [Электронный ресурс]: http://www.turizm.ru/usa/washington/places/mezhdunarodnyj_muzej_shpionazha/ [Дата обращения: 01.11.2018].
2. Париж. Музей канализации// [Электронный ресурс]: <https://frenchparis.ru/musee-des-egouts-de-paris/> [Дата обращения: 01.11.2018].
3. Стрит-арт музей Санкт-Петербург// О музее// [Электронный ресурс]: <https://streetartmuseum.ru/about/> [Дата обращения: 01.11.2018].
4. Музей кино// О музее// [Электронный ресурс]: <http://www.museikino.ru/about/> [Дата обращения: 01.11.2018].
5. Wang Y. Assessing the Role of Films in Shaping Tourists' Perception toward Destination Image: Concerning UK Movie Locations [Текст] / Y. Wang. — University of Nottingham. — 2015.
6. Turizm.Ru. Норвегия: «Холодное сердце» привлекает туристов из Америки// [Электронный ресурс]: <http://www.bugaga.ru/cinema/1146744368-top-10-realnyh-mest-pokazannyh-v-filmah-disneya.html#ixzz4aASX8DDv> [Дата обращения: 05.11.2018].
7. Anime News Network. New Japanese Guidebook Focuses on Anime// [Электронный ресурс]: <http://www.animenewsnetwork.com/interest/2014-01-17/new-japanese-guidebook-focuses-on-anime-pilgrimages> [Дата обращения: 05.11.2018].
8. Anime Tourism Association. AnimePilgrimageSites// [Электронный ресурс]: <https://animetourism88.com/en/sanctuary> [Дата обращения: 10.11.2018].
9. Vev.ru. Туры, посвященные стрит-арту Лондона// [Электронный ресурс]: <http://vev.ru/blogs/туры-посвященные-стрит-арту-лондона.html> [Дата обращения: 11.11.2018].
10. Visitfrance. Стрит-арт в Париже// [Электронный ресурс]: <http://visitefrance.ru/parizh/strit-art-v-parizhe.html> [Дата обращения: 11.11.2018].
11. Столица Нижний. Первая велозаезда по стрит-арту Нижнего Новгорода пройдет 15 августа// [Электронный ресурс]: <http://stnmedia.ru/?id=22229> [Дата обращения: 11.11.2018].
12. Юхневич М.Ю. Я приведу тебя в музей. М., 2001. С. 55–58.
13. Чирский Н.А., Хвагина Т.А. Инновации в экскурсионной деятельности. М., Флинта, 2015. С. 45–47.