

Славянская культура как ключ к развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации

Slavic culture as a key to the development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation

Вигриянова С.А., Егорова А.А.

S. Vigrianova, A. Egorova

Статья посвящена развитию этнокультурного туризма в регионах России, основой которого являются местные традиции, фольклор и культурные особенности территорий. По мнению авторов, славянская культура занимающая особое место в мировом культурном развитии выступит в авангарде развития и популяризации поликультурного и многонационального туристского пространства России.

The article is devoted to the development of ethnocultural tourism in the regions of Russia, the basis of which are local traditions, folklore and cultural characteristics of the territories. According to the authors, Slavic culture, which occupies a special place in world cultural development, will be at the forefront of the development and popularization of the multicultural and multinational tourist space of Russia.

Ключевые слова: этнокультурный туризм, культура, традиции, туристский рынок.

Key words: ethnocultural tourism, culture, traditions, tourist market.

Введение

В настоящее время индустрия гостеприимства и туризма в Российской Федерации претерпела существенные изменения. Российский рынок услуг в значительной степени перестроился под предпочтения отечественных путешественников, а главными задачами большинства туристских компаний стали сохранение уже существующей клиентской базы и привлечение новых потребителей, в том числе и из дружественных зарубежных стран.

Одной из наиболее успешных практик в туризме, дающих возможность получить разносторонний спектр эмоций, является полное погружение в культуру другой страны, региона или конкретного народа. Так, появился относительно новый вид туризма, носящий название «этнокультурный». Этнокультурный туризм – вид культурно-познавательного туризма, представляющий собой синтез этнического, этнографического, эколого-этнографического и ностальгического туризма. В последнее время данный вид туризма становится все более распространенным направлением среди путешественников и, соответственно, перспективным для дальнейшего развития среди туристских организаций ввиду того, что основными принципами данного этнокультурного туризма выступает поддержка и сохранение этнических меньшинств, а также устойчивое развитие территорий, что отвечает интересам Всемирной туристской организации [1].

Однако в большинстве случаев туристы, интересуясь народом, бытом, обычаями и традициями местности, на которой они находятся, не задумываются о том, что это отдельный вид туризма, и считают посещение различных этнографических объектов и знакомство с коренным населением определенной территории всего лишь дополнением к своему основному отдыху. В связи с этим статистика востребованности этнокультурного туризма на мировом рынке туристских услуг необширна. Так, согласно подсчетам международной консалтинговой компании Coherent Market Insights [2], специализирующейся на маркетинговых исследованиях, выявлено, что на 2025 год рынок этнокультурного туризма в мире оценивается примерно в 274 миллиардов долларов США. Более того, к 2032 году прогнозируется, что данный показатель достигнет отметки в 409 миллиардов долларов США, ежегодно увеличиваясь на 5,9%. Помимо этого, было определено, что преобладающим регионом на мировом рынке, продвигающим этнокультурный туризм, считается Европа. Эксперты предположили, что в 2025 году на этот регион будет приходиться около 36,3% рынка.

Стоит упомянуть и то, что к быстроразвивающимся регионам в области этнокультурного туризма относятся страны Азиатско-Тихоокеанского макрорегиона: в большей степени это касается Индии и Тайланда.

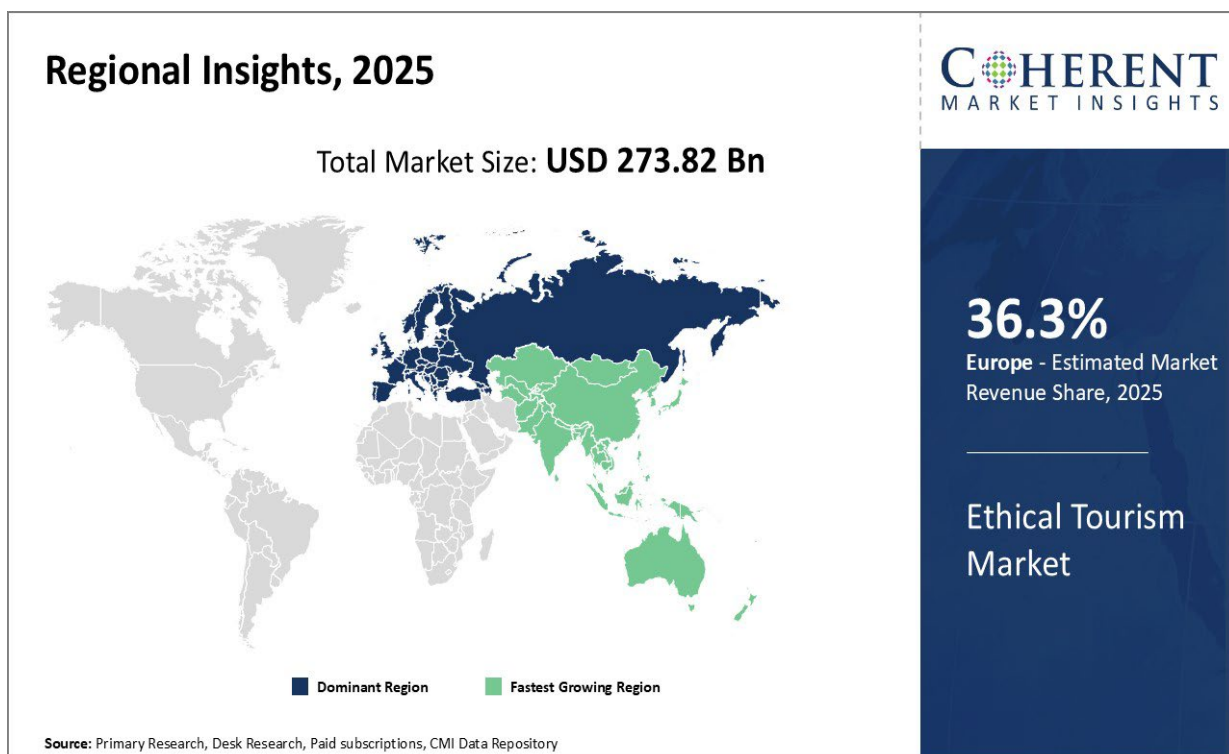


Рис.1. Развитие этнокультурного туризма в мире [2]

Исходя из данных анализа, представленного на рис. 1, можно увидеть, что Российская Федерация также относится к доминирующим странам по развитию этнокультурного туризма в мире. Такой результат можно обосновать тем, что здесь проживает порядка 190 народов и редчайших этнических групп. Так, на конец 2024 года эксперты выявили основные регионы Российской Федерации, пользующиеся популярностью среди путешественников в области данного вида туризма. К таким регионам отнесли Республику Тува, Хакасию, Якутию, Ямал, Чукотку и Северный Кавказ [3].

В каждом из представленных регионов проживает определенный народ со своим уникальным укладом жизни, что, безусловно, вызывает интерес со стороны туристов. Несмотря на это, с целью увеличения турпотока, туристская индустрия ищет новые пути для развития других местностей на территории РФ с отсылкой на этнокультурный туризм, чтобы привлекать больше туристов, как отечественных, так и зарубежных, создавая

конкурентоспособную среду, которая будет способствовать модернизации регионов, а также популяризировать разнообразие российских культур на мировой арене. Россия является одной из самых культурно-разнообразных стран, обладая колоссальным потенциалом для привлечения туристов, которые интересуются историей, искусством, традициями и народным фольклором. Так, в качестве альтернативного вектора развития этнокультурного туризма в РФ может выступать славянская культура как основоположник русской культуры в целом. Именно она в первую очередь ассоциируется с Россией у международных путешественников.

Славянская культура занимает особое место в мировом культурном развитии. Ее главными постулатами считается: почитание богов и предков, что олицетворяет связующую цепочку между прошлым, настоящим и будущим и помогает сохранить богатое наследие, жизнь по совести, гармоничное сосуществование человека и природы и любовь к труду.

Славянская культура включает в себя празднование различных событий, например, окончание зимы (масленица), весенние равноденствие, сбор урожая и т.д., часто сопровождаясь различными мистическими ритуалами и гаданиями, присущими конкретно этой культуре и придающими особый шарм. В свою очередь, стоит упомянуть, что в современных реалиях все больше людей по всему миру прибегают к эзотерике в различных ее проявлениях, поэтому наличие подобной мистики в славянской культуре может способствовать привлечению внимания со стороны иностранной аудитории, у которой имеется спрос на данный вид деятельности. Так, использование элементов славянской культуры может стать одним из ключевых факторов для привлечения туристов со всего мира.

Стоит упомянуть, что интерес к славянской культуре наравне с зарубежными туристами и даже более возникает у отечественных путешественников. Сегодня крупные города Российской Федерации постепенно становятся площадками для продвижения славянской культуры в рамках приобщения людей к истокам формирования народности, прививая

патриотизм, что также отвечает интересам государственной политики. Например, в 2024 году в Коломенском городском округе проходила выставка «ДНК России: славянское наследие», где молодыми художниками были представлены 50 иллюстраций на тему славянской мифологии, верованиям, ценностям, которые отражают особенности русского менталитета. Также в 2024 году прошел традиционный фестиваль славянской культуры, приуроченный к Дню славянской письменности и культуры. Для того, чтобы заинтересовать детскую аудиторию, в последнее время стали проводиться временные выставки. К таким относится выставка «Жили-были: школа русской сказки», проходящая в Москве, с декабря 2024 года по март 2025 года. Ориентированные на детей, экспозиции отличаются своей интерактивностью, что помогает легче воспринимать информацию, выполняя свою основную функцию – просвещение в области образования и формирования народной культуры.

Однако наибольший спрос на мероприятия, продвигающие данный вид культуры, вызывают иммерсивные мероприятия. В контексте славянской культуры имеется в виду отмечание традиционных праздников: Масленица, Иванов день, Красная горка и т.д. В марте 2024 года Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения [4] проводил опрос, где целью его проведения являлось изучение народного восприятия Масленицы. В опросе приняли участие порядка 1600 россиян в возрасте от 18 лет, методом опроса выступило телефонное интервью по стратифицированной случайной выборки. По данным ВЦИОМ 38% респондентов считают Масленицу этнокультурным событием, а каждый второй опрошенный считает главным смыслом данного события поддержку народной традиции. За последние 3 года доля тех, кто наделяет праздник особым смыслом из-за ее славянского прошлого выросло на 15%, что подтверждает увеличение интереса к истокам образования русской культуры. Данное исследование показало, что с течением времени все больше людей считают Масленицу важным этнокультурным событием,

подчеркивая распространение интереса населения к истокам формирования русской народности.

Таблица 1.

Результаты опроса «Отношение россиян к празднованию Масленицы» [4]

Мнение	2021 г. (в % от всех опрошенных)	2024 г. (в % от всех опрошенных)
Просто праздник	50	41
Этнокультурное событие	23	38
Языческий обряд	13	10
Бесполезная суета	5	3
Традиция	-	2
Другое	7	5
Затрудняюсь ответить	2	1

Пожалуй, самой известной и крупнейшей площадкой для проведения подобных мероприятий считается арт-парк «Никола-Ленивец», расположенный в Калужской области. Стоит отметить, что данный арт-парк также является самым масштабным и в Европе, обладающим площадью 650 гектаров. Ежегодно в данный комплекс приезжают порядка 250 000 человек, чтобы увидеть иммерсивные представления на крупнейшие славянские праздники.

Однако в преддверии таких мероприятий, как Масленица и Архстояние спрос на посещение данного комплекса как среди отечественных туристов, так и среди зарубежных, достигает пика, поэтому не все желающие могут попасть на подобные события в связи с ограниченным количеством мест. Поэтому в качестве альтернативы появились и другие комплексы, предназначенные для празднования традиционных славянских событий. К таким, например, относится арт-парк «Тридешатое царство», расположенный под Брянском, этно-клуб «Острова Ершовы», который находится на пересечении Екатеринбурга и Челябинска (на озере Сунгуль), арт-парк «Лебединый рай», располагающийся в городе Выкса, относящийся к Нижегородской области.

Вышеперечисленные парки характеризуются удобством в виду близкого расположения к крупным городам.

Несмотря на то, что существуют альтернативные площадки, продвижение славянской культуры в туристском контексте сталкивается с целым рядом иных трудностей. Среди которых, например, можно выделить недостаточное развитие маркетинговых стратегий, которые направлены на популяризацию этого направления, а также ограниченность рекламных кампаний, которые не позволяют охватить потенциальную аудиторию в достаточных объемах. Как результат, многие туристы, в том числе иностранцы, элементарно не осведомлены о существовании тех или иных этнографических объектов. С целью преодоления данной проблемы необходимо внедрять инструменты цифрового маркетинга, активно использовать социальные сети и проводить регулярные инфотуры с участием лидеров мнений и travel-блогеров.

Ещё одной проблемой можно считать дефицит квалифицированных кадров, которые в состоянии грамотно транслировать различные элементы славянской культуры туристам. Как правило, организаторы мероприятий не обладают достаточным уровнем подготовки в области культурологии, что и является причиной снижения качества предоставляемых услуг и упрощения культурных смыслов. Для того, чтобы избежать негативных последствий важно продвигать курсы повышения квалификации и образовательные программы, ориентированные на подготовку профессиональных гидов и кураторов событий, которые будут подкованы в славянском культурном наследии.

В качестве самой важной проблемы, которая препятствует развитию этнокультурного туризма на основе славянской культуры можно выделить отсутствие системной инфраструктуры, особенно за пределами крупных городов. Безусловно, существуют уникальные локации, но они остаются труднодоступными из-за неразвитости транспортных сетей и нехватки объектов сервиса и инфраструктуры. Все это снижает привлекательность

туристских поездок, особенно это касается семей с детьми, лиц с ОВЗ и пожилых людей. С целью устранения данной проблемы необходимо придерживаться комплексного подхода, а именно: поддерживать малый бизнес в сфере гостеприимства (развивать этно-глэмпинги, фермерские усадьбы и т.д.), улучшать транспортную доступность, а также внедрять навигационную инфраструктуру.

Заключение

Таким образом, этнокультурный туризм в современных реалиях становится одним из главных трендов в туризме, поскольку он в полной мере раскрывает различные культуры и всячески поддерживает местные сообщества. В рамках данного вида туризма Российская Федерация может продвигать как на международном, так и на отечественном рынке услуг славянскую культуру. Так, славянская культура может стать ключом к развитию въездного и внутреннего туризма в России. Уникальные традиции, разнообразие культурных практик и богатое наследие привлекают туристов со всего мира. Увеличить поток туристов и достичь укрепления культурной идентичности на мировой арене можно только с помощью инвестиций в развитие культурного туризма и сохранение традиций.

Литература

1. Всемирная туристская организация, URL: <https://www.unwto.org/>
2. Международная консалтинговая компания Coherent Market Insights, URL: <https://www.coherentmarketinsights.com/>
3. Журнал Коммерсантъ, URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6849341>
4. Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения, URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/navstrechu-maslenice-2024>
5. Официальный сайт арт-парка «Никола-Ленивец», URL: <https://nikola-lenivets.ru/>