

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

УДК: 911.3:338.48(100)

А.Ю. Александрова¹

ИЗМЕНЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ГЕОПРОСТРАНСТВА В ЭПОХУ ВСЕОБЩЕЙ МОБИЛЬНОСТИ

В эпоху всеобщей мобильности глубокие и динамичные изменения происходят в образе и стиле жизни людей. Современный человек находится в постоянном движении и стремится обогатить собственный жизненный опыт. С этим связан растущий спрос на туристские поездки. Появляются новые виды туризма, позволяющие испытать острые эмоциональные состояния и получить незабываемые туристские впечатления. Складываются новые «пространства туристского проникновения». Цель работы – проследить, как меняется туристское геопространство с появлением новых видов туризма, характерных для современного общества впечатлений. В статье дан широкий аналитический обзор научных подходов к определению, классификации туристского пространства, установлению его границ и структуры в отечественной и зарубежной литературе. Констатируется рост интереса к данной проблематике за последнее время, расширение методологической и инструментальной базы дискурса-анализа. Выявлены развивающиеся и угасающие виды туризма. Особое внимание уделяется особенностям географии «мрачного» и паранормального видов туризма как «визитных карточек» современной экономики впечатлений. Показана трансформация структуры старых и возникновение новых туристских пространств. Сделан вывод о нелинейном характере развития туристского пространства.

Ключевые слова: география туризма, новые виды туризма, экономика впечатлений, пространство туристского проникновения, «мрачный» туризм, паранормальный туризм, городской туризм

Введение. XXI столетие – это время мобильности, сложных гибких комбинаций, разнообразных гибридных форм во всех сферах жизнедеятельности современного общества. С каждым годом растет число мигрантов в мире, а кроме того, в больших количествах перемещаются вещи, информация, деньги, образы, экологически опасные отходы и т. д. Движение этих потоков обеспечивается современными машинами и технологиями. В науке, прежде всего гуманитарной и социальной, категория мобильности стала одной из наиболее часто употребляемых, а при уточнении представлений о меняющемся обществе часто используются такие метафоры, как «кочевник», «бродяга», «турист».

Драматические, беспрецедентные по темпам и глубине перемены происходят в образе и стиле жизни людей. Их отличают повышенная активность, постоянное движение, быстрая смена мест пребывания и впечатлений. «Мобильность, как ее понимают сейчас, является свободой, купленной деньгами и образованием» [Berleant, 1992, p. 86–87]. Это свобода выбора, свобода перемещений, которые имеют сложные пространственно-временные формы проявлений. В результате таких «блужданий» появляются гибридные акторы – одновременно и новые переселенцы, и удаленные работники, и классические туристы, и рекреанты. Мобильность противопоставляется укорененности и оседлости, которые в социологической науке все чаще рассматри-

ваются как признак отсутствия какого-либо выбора и удел лиц финансово несостоятельных, немощных, необразованных [Черняева, 2009, с. 119].

Современным человеком движет стремление вырваться из рутины, серых будней и получить новый опыт. Он хочет совершить побег от действительности, из реального, упорядоченного мира, который его не устраивает, а, в конечном счете, от самого себя. Им движет не столько, как раньше, мотив накопления материального богатства, сколько острое желание испытать свежие, яркие эмоции. Он охвачен страстью коллекционирования впечатлений.

Однако эту жажду в новизне удовлетворить очень сложно. Отправляясь в путешествие, человек нацелен на то, чтобы за короткое время как можно больше увидеть, посетить, узнать, попробовать, купить, сфотографировать на память и т. д. Ускоренный ритм, в котором он пребывает, не в последнюю очередь задаваемый профессионалами турбизнеса и программой тура, предполагает поверхностное восприятие окружающей действительности. Турист получает калейдоскоп впечатлений, которые глубоко не затрагивают его чувства, тогда как именно чувственного потребления ему не хватает.

Реагируя на современные запросы туристов, турбизнес и органы управления туристскими дестинациями прибегают к специальным отработанным технологиям анимации, мифологизации, сторителлингу, созданию захватывающих воображение ру-

¹ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, географический факультет, кафедра рекреационной географии и туризма, профессор, докт. геогр. н.; e-mail: analexan@mail.ru

котворных миров и т. д. В результате окружающая действительность превращается в выхоленную туристскую аттракцию, псевдореальность, не имеющую ничего общего с подлинной жизнью и местной культурой. «Чужие» для туриста культурные коды и смыслы в туристских программах упрощаются вплоть до китча, подвергаются «диснеизации». Так появилась, например, церемония приема в пионеры китайских туристов на родине Ленина, следующих по Красному маршруту. «Скитаясь» таким образом от места к месту, человек испытывает нарастающее разочарование. Незнакомые, впервые посещаемые места вызывают у него ощущение «дежа вю», становятся до боли узнаваемыми в силу всеобщей стандартизации.

С этим связан растущий в последнее время спрос на аутентичность во всех компонентах туристской поездки, включая размещение, питание, проведение досуга и т. д. Появляются совершенно новые виды туризма, позволяющие прикоснуться к чему-то неизведанному, испытать острые эмоциональные состояния и получить незабываемые туристские впечатления. Они вносят лепту в освоение географического пространства, в результате чего формируются новые «пространства туристского проникновения».

Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы проследить, как меняется туристское геопространство с появлением новых видов туризма, характерных для современного общества впечатлений.

Материалы и методы исследований. В неустоявшемся понятийном аппарате рекреационной географии и географии туризма, наряду с пространством рекреационным, рекреационно-географическим, каникулярно-отпускным, свободного времени, отдыха и др., используется понятие туристского (туристско-рекреационного, туристско-экскурсионного) пространства. Оно не является новым в специальной литературе, однако его общепринятое определение до сих пор отсутствует. Несмотря на существующие оттенки в трактовке, среди ученых разных школ господствует представление о туристском пространстве как сегменте географического пространства и/или социально-экономического геопространства и его комплексном характере [Бредихин, 2010; Кружалин, 2011; Richards, 2014; Hall et al., 2014; Saarinen et al., 2017; Зырянов, 2018; и др.] (рис. 1). За рубежом многие авторы опираются на известный тезис одного из основоположников «радикальной географии» Д. Харви о том, что каждая форма активностей человека создает собственное пространство [Harvey, 1973], а следовательно, возникает огромное число пространств, а также их определений в науке. Туристское пространство, таким образом, есть продукт деятельности человека, осуществляемой с туристскими целями [Liszewski, 2009, p. 58]. Распространена также дефиниция туристского пространства как совокупности территорий, где развиваются туристские функции или существуют иные проявления туризма, а именно территорий, генерирующих туристские потоки, территорий назначения – туристских дестинаций и связывающих их

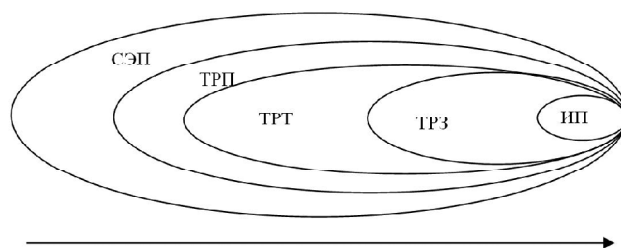


Рис. 1. Основные понятия о туристско-рекреационном освоении пространства и их соотношение [Зигерн-Корн, 2016]: СЭП – социально-экономическое пространство; ТПП – туристско-рекреационное пространство; ТРТ – туристско-рекреационная территория; ТРЗ – туристско-рекреационная зона; ИП – инвестиционная площадка

Fig. 1. Basic concepts of tourism and recreational space development and their correlation [Zigern-Korn, 2016]: СЭП – socio-economic space; ТПП – recreational space travel; ТРТ – tourism and recreation area; ТРЗ – tourism and recreation zone; ИП – investment ground

транзитных территорий [Leiper, 1979; Meyer, 2008]. Другие авторы определяют туристское пространство через его противопоставление «обычной среде пребывания человека» [Утгу, 2002; Нуй, 2008]. Эта точка зрения нашла отражение в нормативных документах Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

В современной отечественной литературе, творчески развивающей концептуальные положения советской школы рекреационной географии, рекреационно-географическое пространство [Преображенский с соавт., 1989, с. 57–63], туристское (туристско-рекреационное) геопространство исследуются с позиций системного подхода. В его основу часто кладется территориальная туристско-рекреационная система, имеющая разные иерархические уровни – локальный, региональный, национальный и глобальный [Мажар, 2014]. Поднимается также вопрос о кластерном подходе в организации туристского пространства [Швец с соавт., 2014; Лихошерстова, 2015].

Широкий дискурс развернулся вокруг свойств туристского пространства. Л.Ю. Мажар исходит из характера туристско-рекреационной деятельности и выделяет следующие свойства туристско-рекреационного пространства: неоднородность, упорядоченность, локализованность, изменчивость [Мажар, 2014, с. 18]. Иной их перечень предлагает И.И. Пирожник: гетерогенность и комплексность, открытый характер по отношению к другим видам пространства, целостность, сезонность функционирования, иерархический характер территориальной организации, динамизм [Пирожник, 2006, с. 136].

По составу элементов туристское пространство чрезвычайно неоднородно. Его «составляют разнообразные элементы: достопримечательности, туристская инфраструктура, туристские маршруты, продукты, услуги и многое другое. Все эти элементы имеют разную природу, функциональные и иные особенности, но вместе с тем совокупно они формируют туристское пространство каждой территории (континента, страны, региона, города и пр.)» [Джанджуазова, 2010, с. 67]. С географической точки зре-

ния оно состоит из очаговых, линейных, дисперсных и площадных элементов. Точечные (дискретные) элементы представлены туристскими центрами и локальными туристскими объектами, линейные – туристскими маршрутами, а площадные (ареальные) элементы связаны с туристско-рекреационными зонами и районами [Дунец, 2015, с. 88]. Структура туристского пространства, как и его состав, отличается сложностью [Александрова, 2016].

Научное представление о туристском пространстве развивается в концепциях туристского центра и туристско-рекреационного районирования. Последнее традиционно используется в нашей стране в качестве главного метода изучения туристского пространства.

Многие ученые полагают, что речь должна идти о туристских пространствах во множественном числе, и выдвигают разные подходы к их типологии. В литературных источниках различается пространство туристской дестинации и транзитное пространство; организованное и неорганизованное; моно- и гибридное, многофункциональные туристские пространства; туристские пространства, подверженные сезонным «сжатиям» и «расширениям», с одной стороны, и сравнительно стабильные в течение года – с другой; в зависимости от ресурсной обеспеченности – природное, культурное и антропогенное туристские пространства и т. д. [L'espace touristique, 1999; Więckowski, 2014, p. 20–22; Сологуб с соавт., 2016, с. 132].

В последнее время под влиянием исследований в области социологии и психологии появляются новые подходы в типологии туристских пространств, учитывающие как реальное, так и ментальное основания. Например, А. Ковальчик различает:

- индивидуальное туристское пространство (tourist's space);
- коллективное туристское пространство (tourists' space);
- туристское пространство в узком смысле (tourism space sensu stricto) – «объективно существующая часть географического пространства, которая, благодаря имеющемуся потенциалу, (субъективно) воспринимается туристами как attractive и используется ими в туристских целях»;
- туристское пространство в широком смысле (tourism space sensu largo), т. е. с учетом тех последствий в природной, социальной и экономической сферах, к которым приводит туристская деятельность [Kowalczyk, 2014, p. 11].

Первые два типа туристских пространств – ментальные. То, как воспринимают окружающий мир туристы, зависит от их индивидуальных качеств и от многих других культурных детерминант. Остальные – реальные. Согласно автору, они существуют объективно и «материализуются».

Сходная типология приводится в статье Т.В. Черевичко: пространство индивида или группы отдыхающих, пространство определенного вида туристско-рекреационной деятельности, пространство отдельных компонентов туристско-рекреационной системы [Черевичко, 2015].

Туристское пространство как сложная система обладает способностью к развитию/саморазвитию. В процессе эволюции оно проходит несколько этапов. Опираясь на работы С. Лишевского, Б. Влодарчик разработал циклическую модель изменений туристского пространства, в которой выделил следующие стадии:

- пространство дотуристское (нетуристское);
- пространство разведки (начало изучения и туристского освоения);
- пространство проникновения (доминирование познавательного туризма, краеведческой деятельности и кратковременного отдыха; привлечение инвестиций);
- пространство ассимиляции (характерно для сельской местности, где туристы вступают в прямой контакт с местным населением и адаптируются к окружающей среде; формы летнего загородного отдыха или агротуризм);
- пространство колонизации (строительство объектов туристской инфраструктуры, «вторых домов» и центров отдыха; большой приток туристов и их «агрессивное» отношение к окружающей среде);
- пространство урбанизации (переселение людей на постоянное местожительства; сокращение туристского потока);
- послетуристское (нетуристское) пространство [Włodarczyk, 2014, p. 31–33].

Л. Бутовский [2014] использовал циклическую модель Б. Влодарчика применительно к пространству морского туризма. Он выделил океанические пространства туризма на стадии разведки; шельфовую зону – пространство проникновения; внутренние воды – пространство ассимиляции; колонизируемую береговую линию и береговое пространство урбанизации, которые среди прочего различаются уровнем концентрации туристов (рис. 2).

А. Ковальчик [2000] графически представил стадии развития туристского пространства – разведки и проникновения, а также добавленные им стадии сегрегации и специализации (рис. 3).

Динамические процессы в туристском пространстве обусловлены комплексом факторов. Лучше изучено влияние глобализации на отдельные элементы, связи и отношения, формирующие структуру туристского пространства [Воронкова, 2016].

Результаты исследований имеют как теоретическое, так и не менее важное практическое значение. Они применялись при разработке концепций, стратегий и программ развития туризма в России и отдельных ее регионах.

Настоящее исследование проводилось с использованием комплекса методов. Применялись общенаучные методы анализа, синтеза, сравнения. Изучалась отечественная и зарубежная специальная литература. Выполнялись полевые исследования методом наблюдений в ряде туристских дестинаций, находящихся на разных этапах жизненного цикла. Проводились экспертные опросы.

Большую проблему при написании статьи составлял сбор статистической информации. Совер-

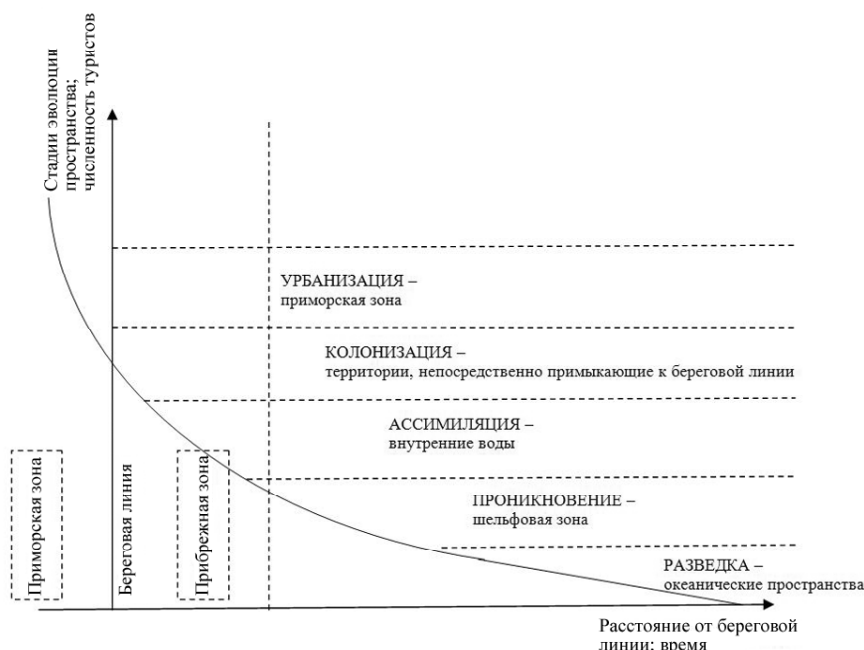


Рис. 2. Стадии туристского освоения водного пространства и численность туристов как функция расстояния от береговой линии и времени, необходимого для его покрытия [Butowski, 2014]

Fig. 2. Stages of maritime tourism space development and number of tourists as a function of time and distance from coastline [Butowski, 2014]

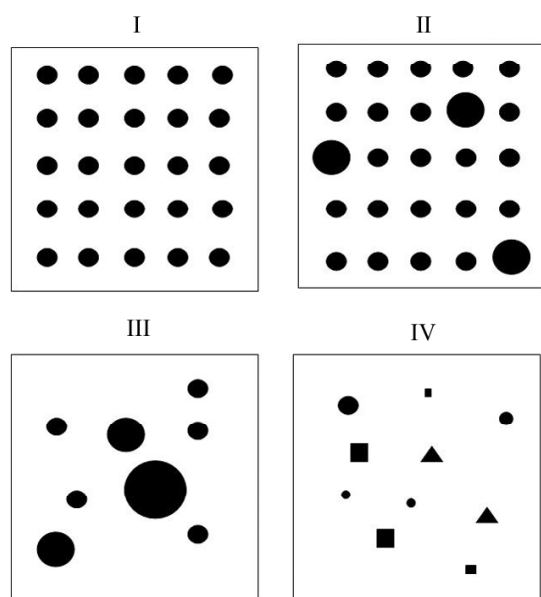


Рис. 3. Графическое представление стадий развития туристского пространства: I – разведки; II – проникновения; III – сегрегации; IV – специализации [Kowalczyk, 2000]

Fig. 3. Graphic illustration of tourism space development stages: I – exploration; II – penetration; III – segregation; IV – specialization [Kowalczyk, 2000]

шенствование статистического учета является одной из главных задач в туризме. Особенно остро вопрос стоит в отношении специальных видов туризма, о которых идет речь в данной работе.

Результаты исследований и их обсуждение. Главный фактор, определяющий трансформацию

современного туристского геопространства, – это изменение в мотивации и спросе туристов, которые получили воплощение в новых видах туризма. В 1950–60-е годы туризм приобрел массовый демократический характер. Большие туристские потоки из стран Северной Европы устремились на побережье Средиземного моря. В это время в Великобритании впервые появились чартерные программы, существенно удешевившие авиапутешествия. В Испании и Франции реализовывались масштабные инвестиционные проекты, развернулось строительство приморских курортов. Туроператоры поставили на «конвейер» производство недорогих стандартизированных пакетов туристских услуг. Коренные изменения в туристском спросе под влиянием комплекса факторов, в первую очередь социально-экономических, привели к возникновению современной индустрии туризма. Однако сам спрос был неразвит и ограничивался практически исключительно купально-пляжным отдыхом. Такое времяпрепровождение в отпуске описывается моделью 3S (Sea–Sun–Sand, море–солнце–пляж).

По мере накопления человеком туристского опыта его спрос на путешествия становился более разнообразным. К концу XX столетия модель 3S постепенно заместилась на 3L (Lore–Leisure–Landscape, традиционные знания–досуг–ландшафт). Хотя спрос на купально-пляжный отдых по-прежнему доминировал, у туристов возник интерес к местной культуре и природным территориям. Туристское пространство существенно расширилось, сформировался глобальный рынок международного туризма.

В XXI в. туристский спрос вновь переживает глубокие изменения, и, как отмечалось выше, ту-

ристы превращаются в «охотников за впечатлениями». Трансформация ценностно-мотивационных установок туристов показана на рис. 4. Эпоха впечатлений открыла перед туризмом новые горизонты развития (рис. 5), связанные с трансформацией как туристского спроса и предложения, так и с новой фазой в циклическом развитии туристского пространства.

Благодаря появлению прежде неизвестных видов туризма или росту спроса на ранее непопулярные туристские занятия усиливается тренд к расширению туристского пространства, несмотря на отдельные краткосрочные периоды его «сжатий». Пространства «туристской разведки» и «туристского проникновения» охватывают теперь такие территории, которые раньше были совершенно нетуристскими. С недавних пор туристские функции приобрели места, связанные со смертью и страданиями людей. Осмотр кладбищ, саркофагов, мертвых тел и человеческих останков, мест катастроф и т. д. часто продиктован любопытством и одновременно взрывной эмоциональной реакцией, ужасом. В последнее время этот «мрачный» туризм (Dark tourism) наполняется новым содержанием – познавательно-воспитательным и патриотическим.

В международные рейтинги направлений «мрачного» туризма входит мемориал Аушвиц-Биркенау, Польша; бывший Семипалатинский испытательный ядерный полигон, Казахстан; место крушения «Титаника», Северная Атлантика; высыхающее Аральское море, Казахстан/Узбекистан и т. д. В 2017 г. топ-направления «мрачного» туризма пополнил Санкт-Петербург, дворец Юсуповых на Мойке с экспозицией «Убийство Распутина» [Петербург ..., 2017].

После самого разрушительного урагана в истории США Новый Орлеан, оказавшийся в самом эпицентре стихийного бедствия, стал новой туристской дестинацией на карте Америки, входящей в топ-лист. По данным региональной туристской статистики, в 2017 г. туристский поток в город составил 17,7 млн поездок, а прямые доходы от туризма оценивались в 8,7 млрд \$ с положительной последующей динамикой [New Orleans ..., 2018]. В том же году примерно 100 тыс. иностранных (без учета внутренних «мрачных») туристов посетили район Фукусимы в Японии [Ryall, 2018], где в результате землетрясения и последовавших за ним цунами и аварией на АЭС погибло около 16 тыс. человек, пропало без вести 2,6 тыс. и было ранено 6,2 тыс., а



Рис. 4. Ожидаемая динамика развития рынка туризма в России: развивающиеся и угасающие виды туризма в 2012–2030 гг. по [Мельник, 2013] с изменениями и дополнениями

Fig. 4. Expected dynamics of tourism market development in Russia: developing and declining types of tourism in 2012–2030 [Mel'nik, 2013 – revised and expanded]



Рис. 5. Новые возможности развития туризма в обществе впечатлений по [Stasiak A., 2013, p. 60] с добавлениями и изменениями

Fig. 5. New opportunities of tourism development in the experience society. [Stasiak A., 2013. p. 60] revised and expanded

также полностью или частично был разрушен 1,1 млн объектов капитального строительства.

Но, пожалуй, наиболее ярким примером «мрачного» туризма служит посещение туристами района Чернобыля, загрязненного в результате катастрофы на АЭС в 1986 г. и на протяжении четверти века строго запрещенного для въезда. Однако с начала 2000-х годов некоторые турагентства стали предлагать туры в «мертвую зону» с осмотром экспозиции музея Чернобыля в Киеве, самого г. Чернобыль, атомной электростанции на расстоянии, города-призрака Припяти, кладбища техники, остатков заброшенных деревень и др. В 2018 г., по данным Минэкологии Украины, место катастрофы посетили 63 тыс. человек [Пустовойтов, 2019]. Особенно возрос туристский поток после выхода киносериала «Чернобыль». Летом 2019 г. Президент Украины В. Зеленский подписал указ о новом статусе Чернобыля и свободном посещении Чернобыльской зоны отчуждения туристами.

География другого нового нишевого вида туризма – паранормального – также отличается большим своеобразием. Паранормальный туризм еще не получил четкого определения и пока используется специалистами как собирательное понятие. Он включает разные виды занятий туристов и разные формы их организации, в том числе территориальные. В качестве подвидов паранормального туризма рассматриваются «призрачный» туризм с посещением мест (домов, отелей, кладбищ, развалин замков и т. д.), известных благодаря легендам о встречах с привидениями; «уфологический» – в поисках внеземных цивилизаций, неопознанных летающих объектов и следов присутствия инопланетян на Земле; «криптозоологический», объединяющий людей, интересующихся легендарным «снежным человеком», лох-несским чудовищем и т. д.; «парапсихологический» – для занятий телекинезом, «общения с душами умерших», развития экстрасенсорных способностей и познания прочих явлений, не имеющих научного объяснения.

Интерес к паранормальному туризму подогревается сообщениями в СМИ, социальных сетях и

специальными телепрограммами. Предлагаются туры паранормальной тематики с очень широкой географией, охватывающей все туристские макрорегионы мира. К известным его центрам относятся в Европе Монпелье-Хилл в графстве Дублин (Ирландия), где сохранились развалины охотничьего домика, облюбованного в свое время членами тайного «Клуба адского пламени», катакомбы Парижа с останками 6 млн человек, «замок ведьм» Мушам в Австрии и др. В Америке (США), Африке, Австралии также существуют спрос и предложение паранормальных туристских услуг – посещений и экскурсий, а иногда ночлега в домах с привидениями, психиатрических клиниках и т. д. Во многих странах Азии, особенно в Таиланде, Малайзии, Камбодже и Индонезии, бурное развитие паранормального туризма объясняется широко распространенной среди местного населения верой в существование призраков и духов.

В статье приведены примеры «мрачного» и паранормального туризма как «визитных карточек» эпохи впечатлений. Но к этой же группе эмоционально насыщенных видов туризма можно отнести событийный, гастрономический, спортивный (фан-туризм), приключенческий, креативный и др. Они также вносят лепту в формирование и развитие туристского пространства. Их специфика, в том числе в территориальной организации, лучше освещена в специальной литературе.

Помимо расширения современное туристское пространство характеризуется тенденцией к дефрагментации, преодолению дискретности и усилению его упорядоченности и связности. Туристские потоки более равномерно распределяются по территории, заполняя свободные пространственные ниши. Наиболее показательны в этом отношении трансформации городских туристских пространств.

Еще совсем недавно городской туризм предполагал посещение исторического центра города, где обычно концентрируются самые известные достопримечательности. Сегодня же туристы все чаще избегают традиционных туристских городских районов, прикрытых глянецом, сильно коммерциализи-

рованных, лишенных какой бы то ни было аутентичности и превращенных в мини-диснейленды. Они стремятся проникнуть в «обычные», не туристские районы и окунуться в настоящую жизнь местных жителей. Такой тип путешествий иногда называют «туризм в глуши» [World Tourism Cities ..., 2009]. Подчас туристов привлекают самые бедные кварталы, люмпенские и криминальные районы с их подлинной атмосферой, которые таким образом включаются в городское туристское пространство. Такое поведение туристов не в последнюю очередь объясняется развитием альтернативных форм размещения, гостевых сетей и путешествий по обмену типа каучсерфинга (CouchSurfing), а в последнее время он-лайн платформы для аренды жилья AirB&B, когда турист находится в более тесном контакте с хозяевами.

В Москве, например, туристскому освоению городского пространства помогают оригинальные предложения москвичей: экскурсии по столичным крышам, по заброшенному городу, по районам, известным криминальным прошлым, с диггерами по старинным коллекторным рекам Москвы и др. Новые туристско-рекреационные зоны сложились в Москве благодаря ревитализации промышленных территорий и перепрофилирования значительных площадей под центр современного искусства «Винзавод», дизайн-завод «Флакон», креативное пространство на месте кондитерской фабрики «Красный Октябрь» и др.

Появление новых видов туристской деятельности не обязательно сопряжено с экстенсивным расширением туристского пространства. Часто они возникают на уже существующем туристском пространстве, усложняя его структуру. Стратегия диверсификации и в специальной литературе, и на практике рассматривается как приоритетная в пространственном развитии туризма. Действительно, во многих случаях новые и старые виды туризма, органично дополняя друг друга, придают большую устойчивость территориальной туристской системе, позволяют, например, сгладить сезонные пики и спады. Так, в Большом Сочи, чтобы задействовать объекты посталимпийского наследия и окупить вложенные инвестиции, был существенно расширен спектр туристской деятельности. К традиционным купально-пляжному туризму и санаторно-курортному лечению добавились событийный, спортивный, экскурсионный, образовательный, конгрессно-выставочный, экстремальный и другие виды туризма. Однако так бывает не всегда и не везде.

Разные виды туризма могут вступать в конкуренцию друг с другом за пространство, другие экономические ресурсы, потребителя и др. В упоминавшемся выше Большом Сочи планы расширения курортов «Роза-Хутор» и «Газпрома» в горном кластере за счет изъятия 25 тыс. га из охраняемых территорий Заповедного Кавказа приведет, по оценкам специалистов, к угрозе выживаемости целого ряда популяций хищников и крупных копытных, увеличению концентрации взвешенных веществ в реках, нарушению почвенно-растительного покрова

и пр. Интенсивное развитие горных и горнолыжных видов отдыха, которое сопряжено со строительством горнолыжных трасс, подъемников и других объектов туристской инфраструктуры, вступает в противоречие с требованиями охраны окружающей среды и предпосылками развития экологического туризма на этой территории [Хорошев, 2017].

Не только конфликтное, но и «мирное сосуществование» разных видов туризма таит угрозу кризиса. В частности, синергетический эффект совместного развития может быть столь высоким, что способен привести к возникновению «сверхтуристского» пространства [Александрова, 2018]. Сегодня ряд таких известных туристских дестинаций, как Барселона, Венеция, Дубровник и др. стали заложниками собственной очень высокой популярности у туристов. Генерируемые ими потоки посетителей превышают предельную емкость туристской территории, что приводит к конфликтам гостей с местным населением, перегрузкам объектов туристской и общегородской инфраструктуры, ухудшению экологической ситуации и пр. В России также ряд туристских центров в разных регионах страны, например, Санкт-Петербург, Суздаль, одна из самых красивых деревень России – Кинерма, уже стоят на пороге сверхтуризма или фиксируют чрезмерные туристские потоки в пик сезона и во время событийных мероприятий. Эти кризисные явления нуждаются в дальнейшем осмыслении и свидетельствуют о необходимости поиска новой парадигмы развития туризма.

Выводы. Трансформация процессов формирования туристского пространства и его использования является результатом глубоких изменений в потребностях, системе ценностей, образе и стиле жизни современного человека. Сегодня туристские пространства все чаще возникают не в результате деятельности предприятий туристской индустрии и не на основе традиционных туристских систем, а благодаря стремительно растущему разнообразию индивидуальных туристских занятий, свободе потребительского выбора и, главное, желанию человека быть творцом личных впечатлений, которые становятся новым турпродуктом, а сам человек – их потребителем и одновременно со-производителем.

В изменениях современного туристского пространства прослеживаются тенденции к:

– дефрагментации. Число центральных «хабов» в территориальной организации туризма уменьшается, а количество рассредоточенных узлов растет благодаря сетевым коммуникациям и отходу от традиционного посредничества в туризме. Размещение приобретает дисперсный характер;

– усложнению структуры. Проведенное исследование подтверждает тезис А. Stasiak о непрямолинейности эволюции туристского пространства [2013]. Новые виды туристских занятий (туризма) могут появляться в границах «старых», хорошо освоенных туристских пространств и трансформировать их или создавать собственные новые туристские пространства, тогда как традиционные формы туризма – возникать в новых местах;

– появлению нового типа интегрированного туристского пространства, в котором границы между туризмом и повседневной жизнью людей стираются. В поисках ярких эмоций и аутентичного опыта туристы стремятся погрузиться в обычную жизнь местного населения, но при этом совершить побег от их собственной повседневной рутины. Противоречивый характер протекающего процесса требует специального углубленного исследования интегрированного типа туристского пространства;

– развитию ментального туристского пространства, которое существует параллельно с реальным пространством и не является совершенным его отражением. В отличие от реального, ментальное пространство легко меняется, его можно улучшить, сделать более привлекательным. Управление ментальным пространством скрывает большие возможности в будущем.

Анализ происходящих изменений в туристском пространстве под влиянием новых видов туризма будет способствовать углублению концепции туристского пространства.

Благодарности. Исследование выполнено по теме НИР «Функционирование и трансформация территориальных туристско-рекреационных систем» (№ ЦИТИС АААА-А16-116032810056-7).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Александрова А.Ю. Сверхтуризм и туризмобия в европейских городах-дестинациях (кейс Барселоны) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 12. № 4. С. 56–68. DOI: 10.24411/1995-0411-2018-10405.
- Александрова А.Ю. Типология стран мира по уровню развития международного туризма // География и природные ресурсы. 2016. № 1. С. 14–22.
- Бредихин А.В. Рекреационно-геоморфологические системы: монография. Смоленск-М.: Ойкумена, 2010. 328 с.
- Воронкова Л.П. Трансформация туристского пространства в условиях глобализации // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 1. № 9. С. 54–61.
- Джанджуазова Е.А. Туризм и инновационное развитие: Проект ФГОУВПО «РГУТиС “Живая карта России”» // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. № 3. С. 66–72.
- Дунец А.Н. Туристское пространство как научная категория в исследованиях туризма // Ползуновский альманах. 2015. № 3. С. 86–90.
- Зигерн-Корн Н.В. Туристско-рекреационное пространство как объект региональной политики // Известия Русского географического общества. 2016. Т. 148. № 1. С. 87–100.
- Зырянов А.И. География туризма: от теории к практике: монография. Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2018. 416 с.
- Кружалин В.И. Тенденции развития фундаментальных и прикладных исследований в туризме и рекреации // Вестник РМАТ. 2011. № 3. С. 23–30.
- Лихошерстова Г.Н. Территориальная организация туристско-рекреационного пространства на основе кластерных подходов // Научный результат. Серия: Экономические исследования. 2015. Т. 1. № 1. С. 71–79.
- Мажар Л.Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа // Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. № 1. С. 16–23.
- Пирожник И.И. Трансформация туристско-рекреационного пространства в эпоху глобализации // Туризм и региональное развитие. Смоленск: Универсум, 2006. Вып. 4. С. 136–138.
- Преображенский В.С., Веденин Ю.А., Филиппович Л.С., Чалая И.П. Основные концепции и модели рекреационной географии // Теоретические проблемы рекреационной географии. М., 1989. С. 47–67.
- Хорошев А.В. Олимпийское строительство и постолимпийское развитие в г. Сочи: экологическая цена планировочных решений // Эколого-географические проблемы регионов России. Материалы VIII всерос. науч.-практич. конф. с междунар. участием, Самара, 15 января, 2017. Самара: Изд-во СГСПУ, 2017. С. 229–235.
- Черняева Т.И. Туристическое потребление: стандартизация впечатлений // Журнал социологии и социальной антропологии. 2009. Т. 12. № 3. С. 116–127.
- Швец И.Ю., Чжи-Гвезда Е., Демчук М. Развитие кластерной формы пространственной организации территории в сфере туризма // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014. Т. 8. № 4. С. 33–41.
- Berleant A. The Aesthetics of Environment. Philadelphia: Temple University Press, 1995, 315 p.
- Butowski L. Maritime tourism space. *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 51–57.
- Hall C.M., Page S.J. The geography of tourism and recreation: environment, place and space. 4th ed. Abington–N.Y., Routledge, 2014, 458 p.
- Harvey D. Social justice and the city. London, Edward Arnold, 1973, 336 p.
- Hui A. Many homes for tourism: Re-considering spatializations of home and away in tourism mobilities. *Tourist Studies*, 2008, no. 8(3), p. 291–311.
- Kowalczyk A. The phenomenology of tourism space. *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 9–15.
- Kowalczyk A. Geografia turystyki. Warszawa, Wyd. Naukowe PWN, 2000, 287 p.
- Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 1979, vol. 6(4), p. 390–407.
- L'espace touristique, Cazalais N., Nadeau R., Beaudet G. (éds.). Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, 1999, 287 p.
- Lisewski S. Urban «tourism exploration space»: the example of Lodz. *Tourism*, 2009, vol. 19, no. 1–2, p. 57–62.
- Meyer B. Kształtowanie układów przestrzenno-funkcjonalnych przez turystykę. Szczecin, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2008, 206 p.
- Saarinен J., Rogerson C.M., Hall M. Geographies of tourism development and planning // *Tourism Geographies*, 2017, vol. 19, no. 3, p. 307–317. DOI: 10.1080/14616688.2017.1307442.
- Stasiak A. New spaces and forms of tourism experience economy. *Tourism*, 2013, vol. 23, no. 2, p. 59–67. DOI 10.2478/tour-2013-0012.
- Urry J. The Tourist Gaze. 2nd ed., London, Sage, 2002, 184 p.
- Więckowski M. Tourism space: an attempt at a fresh look. *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 17–24.
- Włodarczyk B. Space in tourism, tourism in space: on the need for definition, delimitation and classification. *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 25–34.
- World Tourism Cities. Developing Tourism off the Beaten Track Ed. R. Maitland, P. Newman. Abingdon, Routledge, 2009, 176 p.
- Электронные ресурсы
- Мельник И. Доморощенный туризм. Эксперт Северо-Запад. 2013. № 40(637). [Электронный ресурс]: URL: <https://expert.ru/northwest/2013/40/domoroschennyj-turizm/> (дата обращения 31.08.2019).
- Петербург вошел в топ направлений «темного туризма» // *Peterburg2: онлайн журнал о событиях, жизни и городе*. 2017.

10 января. [Электронный ресурс]: URL: <http://peterburg2.ru/news/peterburg-voshyol-v-top-napravleniy-tyomnogo-turizma-31328.html> (дата обращения 01.09.2019).

Пустовойтов С. Чернобыль накрыло волной туристов // TourDom. 2019. 04 июня. [Электронная газета]: URL: https://www.tourdom.ru/news/chernobyl-nakrylo-volnoy-turistov.html?utm_source=mail&utm_medium=05062019_1218&utm_campaign=t_97926&utm_sender_conversion_id=27330773 (дата обращения 02.09.2019).

Сологуб Е.В., Ким А.Г. Методологические основы обоснования территориального развития (на примере о. Русский, г. Владивосток) [Электронный ресурс] // Ойкумена. 2016. № 4. С. 128–139. https://ojkum.ru/images/articles/2016-4/_2016_4_0039-12.pdf (дата обращения 02.09.2019)

Черевичко Т.В. Туризм как система: методология исследования // Концепт. 2015. № 7. С. 6–10. [Научно-методический электронный журнал]: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

turizm-kak-sistema-metodologiya-issledovaniya (дата обращения 27.08.2019).

New Orleans tourism visitation and visitor spending break records in 2017, New Orleans, 2018, 28 Sept. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.neworleans.com/articles/post/new-orleans-tourism-visitation-and-visitor-spending-break-records-in-2017/> (дата обращения 01.09.2019).

Richards G. The new geographies of tourism: Space, place and locality. Paper presented at the Wageningen Geography Lectures, 13th January 2014. [Электронный ресурс]: URL: https://www.academia.edu/10147781/The_new_geographies_of_tourism_Space_place_and_locality (дата обращения 01.09.2019).

Ryall J. Fukushima episode of Netflix's Dark Tourist sparks offence in Japan // South China Morning Post, 2018, 5 Sept. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.scmp.com/news/asia/east-asia/article/2162902/fukushima-episode-netflixs-dark-tourist-sparks-concern-japan> (дата обращения 01.09.2019).

Поступила в редакцию 09.09.2019

После доработки 21.10.2019

Принята к публикации 01.11.2019

A.Yu. Aleksandrova¹

CHANGES OF TOURISTIC GEO-SPACE IN THE EPOCH OF UNIVERSAL MOBILITY

In the era of universal mobility, people's lifestyles have deeply and dynamically changed. Modern people are hyperactive; they are in constant motion and seek to gain new experience. Therefore, the demand for tourist trips is growing. There are new types of tourism that allow experiencing a whole range of emotions and getting an unforgettable tourist experiences. New «spaces of tourism penetration» are emerging. The article aims to reveal how the tourism geographical space is changing with the advent of new tourism types in the modern society of experience. The article provides a broad analysis of scientific approaches of Russian and foreign researchers to the definition and classification of tourism space, and determination of its boundaries and structure. The author notes the growing interest in the problem in recent years, as well as the development of methodology and practical tools for discourse analysis. Developing and declining types of tourism have been identified. The article focuses on the geography of dark and paranormal tourism as a symbol of modern experience economy. The structure transformation of old tourism spaces and the emergence of new tourism spaces are shown. The author concludes that the tourism space development is non-linear.

Key words: geography of tourism, new forms of tourism, experience economy, tourism penetration space, dark tourism, paranormal tourism, city tourism

Acknowledgements. The study was carried out under the research theme «Functioning and transformation of territorial touristic-recreational systems» (CITIS № AAAA-A16-116032810056-7).

REFERENCES

Aleksandrova A.Yu. Sverhturizm i turizmofobija v evropejskih gorodah-destinacijah (kejs Barselony) [Overtourism and the tourism-phobia in European cities-destinations (case study of Barcelona)] *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 2018, vol. 12, no. 4, p. 56–68. DOI: 10.24411/1995-0411-2018-10405. (In Russian)

Aleksandrova A.Yu. Tipologija stran mira po urovnju razvitiya mezhdunarodnogo turizma [Typology of countries of the world according to the level of international tourism development]. *Geografija i prirodnye resursy*, 2016, vol. 37, no. 1, p. 14–22. (In Russian)

Berleant A. The Aesthetics of Environment. Philadelphia: Temple University Press, 1995, 315 p.

Bredikhin A.V. Rekreativno-geomorfologicheskie sistemy [Recreational-geomorphological systems]. Smolensk, Moscow, Ojkumena Publ., 2010, 328 p. (In Russian)

Butowski L. Maritime tourism space. *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 51–57.

Chernyaeva T.I. Turisticheskoe potreblenie: standartizaciya vpechatlenij [Tourism Consumption: Standardization of Impressions]. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii*, 2009, vol. 12, no. 3, p. 116–127. (In Russian)

Dunets A.N. Turistskoe prostranstvo kak nauchnaja kategorija v issledovanijah turizma [The tourist space as a scientific category in tourism research]. *Polzunovskij al'manah* [Polzunov Almanac], 2015, no. 3, p. 86–90. (In Russian).

Dzhandzhugazova E.A. Turizm i innovacionnoe razvitie: Proekt FGOUVPO «RGUTiS “Zhivaja karta Rossii”» [Tourism and innovative development: Project FSEIHE «RGUTiS “Living Map of Russia”»]. *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 2010, no. 3, p. 66–72. (In Russian)

¹ Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, Department of Recreational Geography and Tourism, Professor, D.Sc. in Geography; e-mail: analexan@mail.ru

- Hall C.M., Page S.J. The geography of tourism and recreation: environment, place and space. 4th ed. Routledge, Abington–N.Y., 2014, 458 p.
- Harvey D. Social justice and the city. Edward Arnold, London, 1973, 336 p.
- Horoshev A.V. Olimpijskoe stroitel'stvo i postolimpijskoe razvitiye v g. Sochi: jekologicheskaja cena planirovochnyh reshenij [Olympic construction and post-Olympic development in Sochi: the environmental price of planning solutions]. *Jekologo-geograficheskie problemy regionov Rossii*. Materialy VIII vseros. nauch.-praktich. konf. s mezhdunar. uchastiem, Samara, 15 janvarja, 2017 [Ecological and geographical problems of the regions of Russia. Proc. of the VIII Russian scientific-practical conference with international participation, Samara, January 15, 2017]. Samara, Samara State Social and Pedagogical University Publ., p. 229–235. (In Russian)
- Hui A. Many homes for tourism: Re-considering spatializations of home and away in tourism mobilities. *Tourist Studies*, 2008, no. 8(3), p. 291–311.
- Kowalczyk A. Geografia turystyki. Warszawa: Wyd. Naukowe PWN, 2000, 287 p.
- Kowalczyk A. The phenomenology of tourism space. *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 9–15.
- Kruzhalin V.I. Tendencii razvitiya fundamental'nyh i prikladnyh issledovanij v turizme i rekreacii [Development trends of fundamental and applied research in tourism and recreation]. *Vestnik RMat*, 2011, no. 3, p. 23–30. (In Russian)
- Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 1979, vol. 6(4), p. 390–407.
- L'espace touristique. Ed. Cazalais N., Nadeau R., Beaudet G. Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 1999, 287 p.
- Likhoshershtova G.N. Territorial'naja organizacija turistsko-rekreacionnogo prostranstva na osnove klasternyh podhodov [Territorial organization of the tourist and recreational space on the cluster approach basis]. *Nauchnyj rezul'tat. Serija: Jekonomicheskie issledovaniya*, 2015, vol. 1, no. 1, p. 71–79. (In Russian)
- Liszewski S. Urban «tourism exploration space»: the example of Lodz. *Tourism*, 2009, vol. 19, no. 1–2, p. 57–62.
- Mazhar L.Yu. Turizm v prostranstve i vremeni: vzgljad geografa [Tourism in space and time: the view of a geographer]. *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 2014, no. 1, p. 16–23. (In Russian)
- Meyer B. Kształtowanie układów przestrzenno-funkcjonalnych przez turystykę. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, 2008, 206 p.
- Pirozhnik I.I. Transformacija turistsko-rekreacionnogo prostranstva v jepohu globalizacii [Transformation of tourist and recreational space in the era of globalization]. *Turizm i regional'noe razvitiye*. Smolensk, Universum Publ., 2006, vol. 4, p. 136–138. (In Russian)
- Preobrazhenskij V.S., Vedenin Ju.A., Filippovich L.S., Chalaja I.P. Osnovnye koncepcii i modeli rekreacionnoj geografii [Basic concepts and models of recreational geography]. *Teoreticheskie problemy rekreacionnoj geografii*, Moscow, 1989, p. 47–67. (In Russian)
- Saarinen J., Rogerson C.M., Hall M. Geographies of tourism development and planning *Tourism Geographies*, 2017, vol. 19, no. 3, p. 307–317. DOI: 10.1080/14616688.2017.1307442.
- Shvets I.Y., Czyż-Gwiazda E., Demczuk M. Razvitiye klasternoj formy prostranstvennoj organizacii territorii v sfere turizma [Development of a cluster form of the spatial organization of territories in tourism]. *Vestnik Associacii vuzov turizma i servisa*, 2014, vol. 8, no. 4, p. 33–41. (In Russian)
- Stasiak A. New spaces and forms of tourism experience economy. *Tourism*, 2013, vol. 23, no. 2, p. 59–67. DOI 10.2478/tour-2013-0012.
- Urry J. The Tourist Gaze. 2nd ed. Sage, London, 2002, 184 p.
- Voronkova L.P. Transformacija turistskogo prostranstva v uslovijah globalizacii [Transformation of the tourist space under globalisation]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*, 2016, vol. 1, no. 9, p. 54–61. (In Russian)
- Więckowski M. Tourism space: an attempt at a fresh look. *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 17–24.
- Włodarczyk B. Space in tourism, tourism in space: on the need for definition, delimitation and classification. *Tourism*, 2014, vol. 2, no. 1, p. 25–34.
- World Tourism Cities. Developing Tourism off the Beaten Track Ed. R. Maitland, P. Newman Routledge, Abingdon, 2009, 176 p.
- Zigern-Korn N.V. Turistsko-rekreacionnoe prostranstvo kak objekt regional'noj politiki [Tourist and recreational space as an object of regional policy]. *Izvestija Russkogo geograficheskogo obshhestva*, 2016, vol. 148, no. 1, p. 87–100. (In Russian)
- Zyryanov A.I. Geografiya turizma: ot teorii k praktike [Geography of tourism: from theory to practice]. Perm', Perm State National Research University Publ., 2018, 416 p. (In Russian)
- Web sources**
- Cherevichko T. Turizm kak sistema: metodologija issledovaniya [Tourism as a system: Methodology of Research]. *Concept*, 2015, no. 7, p. 6–10. [Nauchno-metodicheskii elektronnyi zhurnal]: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-sistema-metodologiya-issledovaniya> (access date 27.08.2019). (In Russian)
- Mel'nik I. Domoroshennyj turizm [Homegrown Tourism] // Ekspert Severo-Zapad, 2013, no. 40(637). [Elektronnyi resurs]: URL: <https://expert.ru/northwest/2013/40/domoroshennyj-turizm/> (access date 31.08.2019) (in Russian).
- New Orleans tourism visitation and visitor spending break records in 2017, New Orleans, 2018, 28 Sept. [Elektronnyi resurs]: URL: <https://www.neworleans.com/articles/post/new-orleans-tourism-visitation-and-visitor-spending-break-records-in-2017/> (access date 01.09.2019).
- Peterburg voshjol v top napravlenij «tmnogo turizma» [Petersburg entered the top destinations of «dark tourism»]. *Peterburg2: onlain zhurnal o sobytijakh, zhizni i gorode* [Peterburg2: online magazine about events, life and the city], 2017, 10.01, [Elektronnyi resurs]: URL: <http://peterburg2.ru/news/peterburg-voshjol-v-top-napravlenij-tyomnogo-turizma-31328.html> (access date 01.09.2019). (In Russian)
- Pustovojtov S. Chernobyl' nakrylo volnoj turistov [Chernobyl is covered by a wave of tourists] *TourDom*, 2019, 04.06. [Electronic newspaper], [Elektronnaya gazeta]: URL: https://www.tourdom.ru/news/chernobyl-nakrylo-volnoj-turistov.html?utm_source=mail&utm_medium=05062019_1218&utm_campaign=t_97926&bx_sender_conversion_id=27330773 (access date 02.09.2019). (In Russian)
- Richards G. The new geographies of tourism: Space, place and locality. Paper presented at the Wageningen Geography Lectures, 13th January 2014. [Elektronnyi resurs]: URL: https://www.academia.edu/10147781/The_new_geographies_of_tourism_Space_place_and_locality (access date 01.09.2019).
- Ryall J. Fukushima episode of Netflix's Dark Tourist sparks offence in Japan. *South China Morning Post*, 2018, 5 Sept. [Elektronnyi resurs]: URL: <https://www.scmp.com/news/asia/east-asia/article/2162902/fukushima-episode-netflixs-dark-tourist-sparks-concern-japan> (access date 01.09.2019).
- Sologub E.V., Kim A.G. Metodologicheskie osnovy obosnovaniya territorial'nogo razvitiya (na primere o. Russkij, g. Vladivostok) [Methodological bases for justification of territorial development (the example of the Russkij Island, Vladivostok)] [Elektronnyi resurs] *Ojkumena*, 2016, no. 4, p. 128–139. https://ojkum.ru/images/articles/2016-4/_2016_4_0039-12.pdf (date access 02.09.2019) (In Russian)

Received 09.09.2019

Revised 21.10.2019

Accepted 01.11.2019