

Желнина Зоя Юрьевна

кандидат философских наук,
доцент кафедры искусств, сервиса и туризма
Мурманского арктического
государственного университета

Zhelнина Zoya Yuryevna

PhD, Associate Professor,
Arts, Service and Tourism Department,
Murmansk Arctic State University

Терещенко Наталия Викторовна

студентка направления подготовки
«Экология и природопользование»
Санкт-Петербургского государственного университета

Tereschenko Natalia Viktorovna

Student,
St. Petersburg State University

МОТИВАЦИЯ И КУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ АРКТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

MOTIVATION AND CULTURAL STEREOTYPES AS DEVELOPMENT FACTORS OF ARCTIC TOURISM

Аннотация:

Активная деятельность в многогранной индустрии туризма, развивающейся в современном обществе, ее использование для решения важнейших экономических и социальных задач способствовали тому, что этот важнейший сегмент становится ключевым звеном в стратегиях социально-экономического развития российских регионов. Аргументирована авторская позиция об актуальности изучения темы арктического туризма, обусловленной необходимостью междисциплинарного исследования данного явления в общекультурном контексте и эволюции ценностных, а также познавательных аспектов; потребностью в социологическом анализе существующей ситуации в интересующей авторов сфере, сопоставлении данных, выявлении общих и специфических проблем. В статье рассмотрены результаты исследования мнений молодежи о символической ценности арктического туризма, формирующей культурные стереотипы и мотивации путешествий. Исследовательская работа значима и представляет интерес с учетом того, что она проведена в рамках стратегического проекта «Креативный город – территория развития», реализуемого Мурманским арктическим государственным университетом. Обоснована точка зрения, согласно которой очевиден запрос на культурный туризм в арктическом регионе, интерес к арт-истории циркумполярного мира. Сформулирован вывод о необходимости обновления форм и содержания туристских программ.

Ключевые слова:

арктический туризм, туристская мотивация, креативные индустрии, культурные стереотипы, инфраструктура, стратегии развития, социологический опрос, респонденты.

Summary:

The active development of the multi-faceted tourism industry in modern society, its involvement in the solution of the pivotal economic and social tasks have led to the fact that it becomes a key element in the social and economic development strategies of Russian regions. The relevance of the research into Arctic tourism is due to the need for an interdisciplinary study of this phenomenon in the cross-cultural context and evolution of values and cognitive aspects; the necessity for the sociological analysis of the current situation in the field under review, data comparison, and identification of common and specific problems. The authors discuss the results of a study on the opinions of young people about the symbolic value of Arctic tourism generating cultural stereotypes and travel motivations. The research has been conducted as a part of the Creative City Is a Territory to Be Developed, a strategic project of Murmansk Arctic State University. The authors prove that there is an obvious request for cultural tourism in the Arctic region, an interest in the art history of the circumpolar world. It is concluded that the forms and content of tourist programs should be updated.

Keywords:

Arctic tourism, tourist motivation, creative industries, cultural stereotypes, infrastructure, development strategy, survey, respondents.

Культурологическое исследование арктического туризма во многом ориентировано на выявление типичных установок, ретроспективы в становлении культурного образа региона. Арктический туризм как социальная практика путешествий, локализованных в северных высоких широтах, в настоящее время является динамично развивающейся сферой экономической деятельности, а в ряде регионов включен в систему мер по обеспечению устойчивого развития территорий. При этом данный сегмент отражает новые ориентиры государственной политики в отношении малоосвоенных территорий со сложным природным потенциалом, их инвестиционная привлекательность повышается за счет востребованности экосистемных туристских услуг.

Несмотря на длительную историю освоения циркумполярного мира как малыми народами, так и старожильческим пришлым населением, общество открыло для себя Арктику совсем недавно. Ее уникальный образ формировался постепенно. Сначала были редкие путевые заметки,

такие как «Лаппония» Иоханеса Шеффера (XVII в.), позднее – дневники и лоции, отчеты об экспедициях, снаряженных для изучения акваторий и земель Северного морского пути. Только в XIX в. мир увидел Арктику глазами художников. Среди них – А.А. Борисов, А.Н. Бенуа, С.Г. Писахов, Н.В. Пинегин, В.М. Голицын и многие другие. Полотна живописцев потрясли современников, картины были представлены на международных выставках, меценаты покупали их для национальных музеев. При этом художники проявили себя и успешными писателями, раскрывающими арктический мир в литературных образах, и естествоиспытателями, выполняющими работы в русле задач экспедиций. На рубеже XIX–XX вв. общество захватила газетная волна, которая вызвала интерес к тем, кто стремился к Северному полюсу, открывал арктические острова и архипелаги, по-новому смотрел на физику и эстетику льда или вечной мерзлоты. В первой половине XX в. полярные и циркумполярные экспедиции вышли на индустриальный и геополитический уровень, но вместе с тем сложился романтический взгляд на мир далекого Севера [1, с. 10].

Закономерно, на наш взгляд, что во второй половине XX в. Арктика объединила путешественников с особым культурным кодом. Экстремальные или медленные созерцательные путешествия готовились целенаправленно, с пониманием особенностей удаленных маршрутов, группы брали на себя ответственность за исследовательское наполнение похода, а отчеты становились ценным материалом для планирования новых экспедиций, которых было все больше. В дальнейшем, опираясь на опыт спортивных походов и научных экспедиций, стал развиваться особый сегмент массового, в том числе коммерческого туризма.

В этой сфере сложились рациональные технологии предоставления услуг, поле правового регулирования, а главное – стремительно рождается бренд арктического туризма. В частности, увеличивается оборот информации о путешествиях в Арктике, между странами и фирмами идет конкуренция за образы-носители арктического бренда (айсберги, северное сияние, белые медведи, ледоколы и т. п.), повышается интерес к этническим культурам циркумполярного мира. Одновременно меняются отношения в паре «центр – периферия». Периферия – удаленная территория с низкой индустриальной нагрузкой – чаще притягивает туристов. Трудная доступность, отсутствие сервисной инфраструктуры нередко выступают приоритетными факторами, но растет спрос и на доступный северный туризм. Поэтому происходит новое «открытие» арктических городов, индустриальных объектов и исторических маршрутов. Возрастают запросы на сложное интеллектуальное наполнение тура, коммуникации с экспертами, обладающими уникальными арктическими компетенциями. Очевидна востребованность творческой деятельности, когда арктический пленэр, экологическое волонтерство, участие в научных экспедициях определяют суть полярного путешествия. Туристы хотят получить дополнительный личный опыт, а не только «арктические эмоции».

Индустрия арктического туризма уходит от модели «экстремально и дорого» к следующей, более прогрессивной стадии, когда турпродукт связан не столько с перемещением и показом окружающего пространства, сколько с партнерством и сотрудничеством в креативных индустриях, реконструкцией исторического и культурного контекста, комбинированием ландшафта и дополненной реальности. Но поскольку мир Севера по-прежнему остается труднодоступным, культурная интерпретация арктического туризма фактически сразу стала полем формирования образов, мифов и искажений реальности, предметом дискуссий предпринимателей и экспертов научного сообщества, ресурсом политики и геополитики арктических государств.

С 2016 г. в Мурманском арктическом государственном университете реализуется стратегический проект «Креативный город – территория развития», одним из направлений которого является исследование культурного потенциала арктического туризма как фактора устойчивого развития [2]. В рамках проекта изучены культурные ресурсы арктических территорий, концепции о роли искусства, гуманитарных наук и практик в возникновении новых образов социальной среды [3]. Проанализированы также меры государственной поддержки туризма в арктических регионах, описаны креативные туристские практики Мурманской области, выявлена роль университета как платформы создания и апробации креативных туристских проектов и их значение в реализации туристских стратегий региона, проведены компаративные исследования видов арктического туризма. Анализ источников в области рассматриваемой нами темы позволил сделать несколько наблюдений:

- большое число работ, позиционируемых как исследования по арктическому туризму, в основном делают обширные описания природно-климатических, географических характеристик с ожидаемыми выводами о рисках жизнедеятельности;

- контент для аналитики извлекается из программных документов по развитию арктических территорий, из официальной статистики по отраслям экономики и т. п., что фактически ведет к унификации выводов;

- характеристика привлекательности построена на альтернативах «теплому» туризму, городскому стрессу, а также на описании ожидаемой уникальности ландшафтов, эксплуатации сложившихся символов (белый медведь, полярное сияние), что отражает статичность, субъективность, понимание в большей степени своей повседневности, чем собственно арктического туризма.

Сходные выводы делают зарубежные эксперты, проводящие контент-анализ публикаций по темам арктического туризма и социокультурных исследований в арктических регионах [4]. Результаты обзоров позволяют сделать вывод о перспективности исследований в контексте именно туристских технологий. Поэтому высокую значимость имеют исследования узкой специализации, где полярные регионы и арктический туризм раскрыты через специализированные технологии туристской практики [5].

Известно, что специфика туризма определена тем, что качество туристского продукта во многом зависит от человека, вовлеченного в соответствующую деятельность. В первую очередь это относится к тем, кто создает туристский продукт. Их опыт комбинирования туристских ресурсов и собственных компетенций формирует уникальное предложение, ориентированное на существующий и прогнозируемый спрос. Не менее важным является тот факт, что турпродукт интерактивен за счет инициативы и оценочной деятельности самого туриста. Если составить карту пользовательского опыта, то будет ясно, что точки контакта с турпродуктом появляются уже на этапе замысла поездки и поиска информации о ней – турист собирает не только образ своего тура, но и образ своих впечатлений. Понимание таких особенностей туризма рождает серию вопросов, позволяющих в узком смысле выявить мотивацию и отношение потребителя к турпродукту, а в широком – определить символический капитал арктического туризма, от которого зависит привлекательность региона как туристской дестинации, качество и уникальность туристских продуктов.

Символический капитал туризма – малоизученный предмет в гуманитарных науках, так как в туризме огромное внимание уделяется природным и культурным ресурсам, экономическим отношениям, государственному регулированию. Однако символический капитал образует ту силу гравитации, которая притягивает людей, создает убежденность в преимуществах выбора и необходимости новых впечатлений. Фактически люди с нестандартным видением мира становятся частью символического капитала арктического туризма. Последний существенно влияет на модель индустриального освоения Арктики, включающую в себя ряд социально-культурных задач и актуальных ограничений.

Поскольку стратегии развития арктических территорий входят в число приоритетов государственной политики, то в научных кругах инициированы комплексные исследования, раскрывающие отношение людей к сложившейся ситуации и оценкам ее перспектив. Так, в 2013 г. опубликованы данные объемного социологического исследования, проведенного специалистами Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. На материалах опроса 5 471 респондента показано следующее. В обществе существует устойчивое мнение о том, что развитие Мурманской области как арктического региона в большей степени определяется рыбной промышленностью (65 %), а наиболее востребованным считается образование, связанное с морским делом (33 %) или инженерной сферой (23 %). При этом проблема культурного досуга (15 %) названа как «снижающая качество жизни» [6].

В 2017 г. в Кольском научном центре РАН исследованы представления мурманчан о перспективах Российской Арктики, эффективности социального управления и ее материальном благополучии. И вновь в числе других данных респонденты указали, что на развитие региона повлияют дальнейшее освоение Северного морского пути (57,1 %), нефтегазовая (55,8 %) и рыбная промышленность (50,4 %). Немногие из опрошенных уверены в том, что в стратегиях развития Арктической зоны Российской Федерации будут играть роль социально ориентированные проекты и программы (6,8 %) [7].

Рост туристского потока, изменение его структуры за счет соотношения въездного и внутреннего туризма в таком арктическом регионе, как Мурманская область, определили задачу выявления туристской мотивации, ожиданий и намерений потенциальных российских потребителей арктических турпродуктов. В итоге стал возможен и кросс-анализ опыта исследований в Скандинавии, где уделяется немало внимания содержательному развитию туризма на арктических территориях. За исходную позицию принимается именно сложность восприятия периферийного туризма в различных группах туристов. Так, финские авторы считают, что туристы обладали неадекватными компетенциями в отношении арктических направлений, пользовались образами-клише в выборе туров и объектов осмотра [8]. Полученные результаты позволяют определить позиции культурологического плана исследования, поскольку можно предположить, что арктический туризм проявляет себя как социальная практика, дрейфующая из элитарной в массовую культуру (со своими ресурсами, динамикой и рисками).

В октябре 2018 г. на базе студенческих групп Мурманска и Санкт-Петербурга проведено всестороннее исследование, состоящее из нескольких этапов – от пилотной дискуссии о культурной составляющей арктического туризма, неформальных интервью до формализованного анкетирования и экспертной сессии по результатам. Студенты вузов в качестве целевой группы выбраны неслучайно. Гипотеза исследования – молодые респонденты имеют обобщенные, некалифицированные представления о социально-экономических процессах в арктических регионах,

интуитивные знания о содержании и трендах арктического туризма. Их ответы сформируют картину культурных стереотипов об арктическом туризме, позволят выявить непрагматический спрос в данном сегменте, покажут роль нематериальных ресурсов (мотивация, культурные вызовы, оборот информации) в его развитии, что в целом и послужит предметом нашего исследования. В статусе экспертной группы для составления программы исследования выступили представители туристской индустрии Мурманской области.

Для проведения исследования разработана анкета, размещенная на электронной площадке, организована кампания по привлечению к опросу студентов. Интерес к нему проявили 278 студентов, ответы которых сгруппированы для анализа по содержанию вопросов. Результаты представлены в округленном виде. Всего предложено пятнадцать вопросов, отвечая на которые необходимо было выбрать один или не более трех ответов. При этом на бланке все ответы указывались в баллах от 1 до 10, что позволило привести данные к единым показателям для сравнения [9].

По результатам исследования установлено, что арктическим туризмом интересуются большинство опрошенных респондентов (68,3 %), хотели бы отправиться в путешествие по арктическим землям и морям – 80,9 %. В то же время свои знания о тенденциях и характере арктического туризма респонденты оценили очень низко (11 % – на 0 баллов из 5, 20 % – на 1 балл, 24 % – на 2 балла, 22 % – на 3 балла). По мнению респондентов, арктический туризм в большей степени активный (50 %) и экологический (40 %). Круизный, этнографический и культурный виды туризма выбрали только 10 %. Наибольшее число опрошенных считают, что развитие арктического туризма зависит от федеральной политики (30 %), региональных властей (20 %), круизных компаний (5 %), туроператоров экстремального туризма (5 %), туристских клубов и сообществ (1 %).

Участники опроса отметили, что туризм существенно не влияет на развитие арктических территорий – «туристов в Арктике мало» (69,8 %), оказывает положительное влияние на развитие арктических территорий – «туристы противостоят индустриализации арктического мира» (17,5 %). Между тем 9,5 % лиц указали, что «туризм разрушает самобытность Арктики». Повседневность арктического мира респонденты связывают в основном с деятельностью полярных экспедиций (38,3 %), жизнью городов за полярным кругом (34,9 %), жизнью коренных народов Севера (17,5 %), развитием Северного морского пути (9,3 %).

Среди предпочтений респондентов в отношении программы арктического тура выбраны активные (спортивные, экстремальные) события (51,4 %); наблюдения и фотосессия на природе (38,8); дегустация арктической кухни (30,5); встреча с представителями коренных народов Севера (20,9); катание на оленях, собачьих упряжках (20,1); катание на снегоходах (квадроциклах) (15); посещение музеев арктической тематики (10,4); посещение сакральных мест (10,2); посещение заброшенных объектов индустриальной, военной истории (9,1); занятия творчеством (рисование, хендмейд и т. п.) (8,9 %). По мнению респондентов, настоящий тур в арктических землях может быть организован как тематический лагерь под открытым небом с радиальными выходами (43,3 %), поход по маршруту разной категории сложности (32,2), маршрут с размещением на турбазе (31,2), автобусный маршрут с ночевкой в гостиницах (27,7), размещение в северном городе с выходами и выездами по окрестностям (26,8 %). Арктический туризм представляется респондентам как зимний (73 % считают, что «снег и лед – бренд Арктики»), круглогодичный (по мнению 20,6 % опрошенных, нужно побывать в Арктике в разное время года), летний (6,4 % убеждены, что «Арктика раскрывает свою красоту»).

С точки зрения опрошенных, рост интереса к арктическому туризму – это закономерный этап развития интереса к полярному миру (57,1 %); форма ухода от обыденности (23,8), продукт агрессивной рекламы и нестабильных модных течений (7,9); тренд в работе туристских предприятий (11,1 %). Продвижение креативных индустрий, северного дизайна, по мнению респондентов, может стать самостоятельной аттракцией в арктическом туризме (30,2 %), дополнит арктические путешествия творческой составляющей (42,9 %), скорее, не помешает (11,1 %). При этом 5 % ответили: «не связано с творчеством». Литературный туризм, туры по местам, описанным в художественных произведениях, называют перспективным направлением в арктическом туризме 70 % респондентов. В качестве литературы и кинопроизведений, которые могут послужить основой такого путешествия, перечислены книги «Два капитана» (В. Каверин), «Земля Санникова» (В. Обручев), «Белый клык» (Д. Лондон), «Территория» (О. Куваев), фильмы «Левиафан» (А. Звягинцев), «Соль Земли» (В. Вендерс), «Путь к причалу» (Г. Данелия). Наиболее актуальными источниками информации об арктическом туризме студенты назвали блоги путешественников (75,8 %); сайты специализированных туроператоров (13,3); официальные сайты арктических регионов (5); веб-страницы федеральных ресурсов, в том числе Ростуризма, Живой карты России (12); группы в социальных сетях (22,2 %).

К организационным мерам, развивающим арктический туризм, респонденты отнесли создание новой системной модели туристической деятельности на современной научной базе

(22,2 %); создание современной сервисной инфраструктуры для туризма (20,6); создание искусственных аттракций для арктического туризма: биопарка, снежной деревни и др. (15,3); подготовку профессиональных кадров для арктического туризма по специальной программе (10,4); поддержку бизнес-сообщества, действующего в сегменте арктического туризма (10,3); создание региональных арктических туристских брендов (9,7); меры по экологической защите арктических территорий (8,2); меры по защите прав коренных народов Севера в условиях индустриализации арктического туризма (3,3 %).

Данные соцопроса показали, что респонденты (молодые люди) имеют обобщенные, неквалифицированные представления о социально-экономических процессах в арктических регионах, интуитивные знания о содержании и трендах туристской деятельности в соответствующем направлении. У них отсутствуют четкие представления о видах, уникальных объектах и тех, кто может повлиять на позитивное будущее арктического туризма, а его стереотипное понимание проявляется как упрощенное представление о высокоширотном дорогостоящем путешествии.

На основании содержания ответов удалось выявить факт об актуальности мнения, связанного с тем, что туризм мало влияет на развитие территорий Арктики. Респонденты выразили позицию неудовлетворенности существующей информационной политикой, отсутствием информации об арктическом туризме в СМИ, социальных сетях, однообразием турпродуктов, низкой мобильностью выхода на рынки других регионов. Вместе с тем важным является то обстоятельство, что молодежь подтвердила тренд интереса к креативным индустриям как ресурсу насыщенного арктического туризма. На фоне стереотипного восприятия эта мотивация поможет в перспективе сформировать запрос на культурные события, которые могут быть организованы на интересующих северных территориях, стимулировать поиск источников для диверсификации сюжетов арктических туров. Ведущими направлениями в контексте рассмотренной нами темы настоящей статьи способны стать культурный туризм и арт-туризм.

Ссылки:

1. Терещенко Е.Ю. Морская культура Кольского Севера: история и современность : монография. Мурманск, 2016. 270 с.
2. Креативный город – территория развития [Электронный ресурс] // Мурманский арктический государственный университет : офиц. сайт. URL: <http://www.masu.edu.ru/flagship/projects/gorod/> (дата обращения: 20.01.2019).
3. Линтон Дж. Неявные участники: вклад искусства, гуманитарных и социальных наук в создание инноваций // Форсайт. 2018. Т. 12, № 3. С. 6–12.
4. Stewart E.J., Liggett D., Dawson J. The Evolution of Polar Tourism Scholarship: Research Themes, Networks and Agendas // *Polar Geography*. 2017. Vol. 40, no. 1. P. 59–84. <https://doi.org/10.1080/1088937x.2016.1274789>.
5. Кривопуск С.С., Лазарева М.А., Саранча М.А. Состояние туристской маршрутной сети полярных регионов Российской Федерации // *Сервис в России и за рубежом*. 2016. Т. 10, № 2. С. 101–110. <https://doi.org/10.12737/19725>.
6. Культурные индустрии Кольского Севера: социолого-культурологическое исследование : коллективная монография / отв. ред. Л.М. Мосолова. СПб., 2013. 182 с.
7. Северное измерение: представления населения Мурманской области о перспективах развития Российской Арктики, эффективности социального управления, материальном благополучии / А.И. Гущина, М.В. Иванова, Д.Л. Кондратович, О.А. Положенцева // *Север и рынок: формирование экономического порядка*. 2017. № 5. С. 13–24.
8. The Softening of Adventure Tourism / O. Rantala, V. Hallikainen, H. Ilola, S. Tuulentie // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2018. Vol. 18, no. 4. P. 343–361. <https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1522725>.
9. Арктический туризм : вопросы анкеты [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/forms/ndJdGLs61RAfGGIS2> (дата обращения: 20.01.2019).

References:

- Arctic Tourism: Questions of the Questionnaire* 2019, viewed 20 January 2019, <<https://goo.gl/forms/ndJdGLs61RAfGGIS2>>, (in Russian).
- 'Creative City – the Territory of Development' 2019, *Murmansk Arctic State University: official site*, viewed 20 January 2019, <<http://www.masu.edu.ru/flagship/projects/gorod/>>, (in Russian).
- Gushchina, AI, Ivanova, MV, Kondratovich, DL & Polozhentseva, OA 2017, 'The Northern Dimension: Perceptions of the Population of the Murmansk Region About the Prospects for the Development of the Russian Arctic, the Effectiveness of Social Management, Material Well-Being', *Sever i rynek: formirovaniye ekonomicheskogo poriyadka*, no. 5, pp. 13-24, (in Russian).
- Krivopusk, SS, Lazareva, MA & Sarancha, MA 2016, 'The State of the Tourist Route Network of the Polar Regions of the Russian Federation', *Servis v Rossii i za rubezhom*, vol. 10, no. 2, pp. 101-110, (in Russian).
- Linton, J 2018, 'Implicit Participants: the Contribution of Art, Humanities and Social Sciences to the Creation of Innovations', *Forsait*, vol. 12, no. 3, pp. 6-12, (in Russian).
- Mosolova, LM (ed.) 2013, *Cultural Industries of the Kola North: Sociological and Cultural Research: a collective monograph*, St. Petersburg, 182 p., (in Russian).
- Rantala, O, Hallikainen, V, Ilola, H & Tuulentie, S 2018, 'The Softening of Adventure Tourism', *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 18 (4), pp. 343-361, <https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1522725>.
- Stewart, EJ, Liggett, D & Dawson, J 2017, 'Scholarship: Research Themes, Networks and Agendas', *Polar Geography*, vol. 40, no. 1, pp. 59-84, <https://doi.org/10.1080/1088937x.2016.1274789>.
- Tereshchenko, EYu 2016, *Maritime Culture of the Kola North: History and Modernity: a monograph*, Murmansk, 270 p., (in Russian).