

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Туризм с точки зрения теории коммуникаций представляет особый вид коммуникации, который можно назвать туристской коммуникацией. Положительное и отрицательное влияние туризма на развитие сельских территорий, рассматриваемое в данной статье, зависит от социокультурного пространства дестинаций и отдельных районов, их потенциальных возможностей, туристско-рекреационного и природно-экологического потенциала, а также общего планирования развития территории. Другие аспекты социокультурного влияния туризма связаны с тем, что в процессе туристской коммуникации происходит формирование и развитие социально-культурного пространства личности как туриста, так и жителя сельских территорий, выступающих объектов туристского интереса. Меняется отношение участников туристской коммуникации к природной среде, культурным традициям, системе ценностей, видам досуговых увлечений. Взаимобратные связи туризма и местного населения рассмотрены на примере туристских дестинаций Новосибирской области.

Ключевые слова: туристские коммуникации, социально-культурное пространство дестинации, рекреационный потенциал территории, территориальное планирование, сельские территории.

Одной из тенденций развития современной цивилизации является нарастание количества различного вида коммуникаций, которые классифицируются по ряду критериев: уровню (масштабу), субъектам, целям (функциям), форме проявления и другим признакам. В пространстве современных коммуникаций особое место занимает туризм, который можно определить как специфическую форму социально-культурной коммуникации. И в этом качестве туризм на международном уровне помогает взаимопознанию наций, развитию взаимопонимания и установлению экономических и культурных связей между народами, а на внутреннем уровне способствует налаживанию межрегиональных связей, эффективным социальным коммуникациям, формированию особой культурной среды, в которой на стыке спроса и предложения создаются новые культурные продукты и услуги, востребованные туристами. Все это существенно меняет функциональную природу туризма, превращая его из

традиционного отдыха в сложное социально-культурное явление, в основе которого лежат собственно коммуникационные процессы. Если в целом представить туризм с точки зрения этих процессов, то можно четко увидеть синкретизм этого явления, соединяющего в себе различные виды и уровни коммуникаций, что можно увидеть на рис. 1.

На каждом уровне и в каждом виде коммуникаций происходит процесс, представляющий систему интеракций как между различными субъектами туристской деятельности: «турфирма – турист», «турист – турист», «турист – местные жители», так и между субъектами и объектами туристской деятельности: «турист – природная среда», «турист – социально-культурное пространство территории», «турист – экономические субъекты территории», «турист – социальные институты» и др. С нашей точки зрения представляется целесообразным рассматривать туризм как особый вид коммуникации, обозначив его как туристскую коммуникацию.

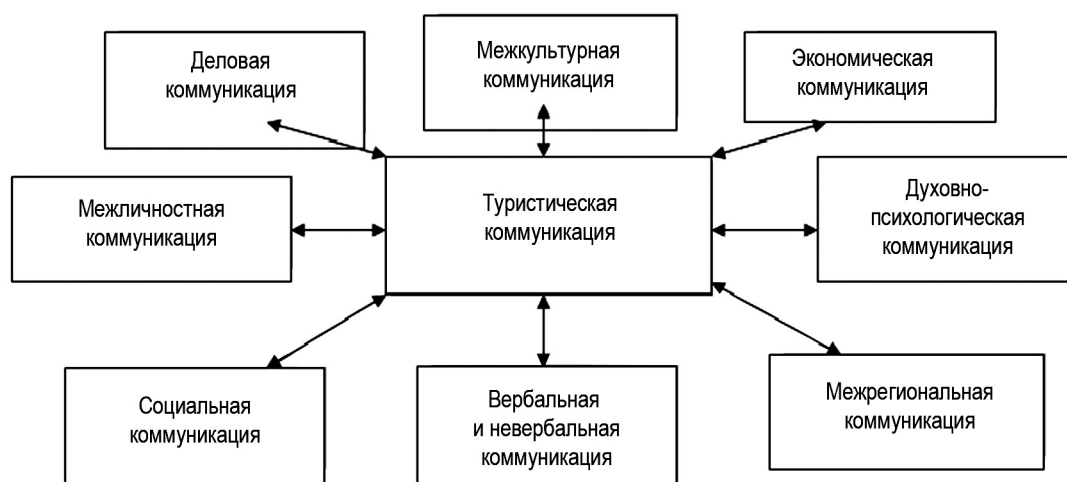


Рис. 1. Взаимодействие разноуровневых видов коммуникаций с точки зрения туризма

Естественно, что он будет тесно связан с другими видами коммуникации, но в то же время иметь свою специфику. Итак, туристская коммуникация является особым видом коммуникации, который объединяет коммуникантов и объекты туристских дестинаций в сложную систему экономических и социально-культурных взаимодействий, в результате которых происходит формирование уникального социально-культурного пространства территории, меняющего образ жизни, культуру и ценностные ориентации местного населения, причем это сказывается как на социально-экономических показателях развития территории, так и на показателях духовно-психологического состояния отдельной личности или социальной группы.

О социально-культурном влиянии туризма на развитие территории, его экологии и культуру местного населения, отмечая актуальность самой этой темы, пишут ряд исследователей, среди них такие авторы, как О. В. Лысикова, Е. В. Петрова, Т. В. Соболев и др. [1–6]. Исследователи отмечают, что туризм однозначно влияет на жизнь местного населения, материальную и духовную деятельность, систему ценностей, общественное поведение, интересы, хотя это влияние проявляется в разной степени, и это зависит от ряда факторов, как объективных, так и субъективных. Недостаточно исследованным аспектом влияния туризма на местное население, его социально-культурные процессы является вопрос о влиянии туристской коммуникации на население сельских территорий, которые лишь в последнее время становятся актуальными для туристов, чьи интересы перенаправляются с массовых туристских маршрутов на рекреационный отдых в чистых экологических территориях, часто отличающихся самобытностью культуры и традиционностью уклада жизни. В Сибирском регионе к таким туристским дестинациям, имеющим особую привлекательность, относят Красноярский край («Саянское кольцо»), Байкал («Весь Байкал»), Республику Алтай («Золотое кольцо Алтая»). Туры в этих дестинациях, имеющих комплексный характер, могут быть и локальными – вокруг одной туристской зоны, и линейно-обзорными – охватывающими значительное количество туристских объектов, и, что самое существенное, туры погружения в местную культуру, более сохранныю в отдаленных территориях Сибири. Совокупность природно-рекреационных и традиционно-культурных объектов на одной территории является оптимальным условием развития туристских дестинаций в сельской местности. Привлекательность такой территории позволяет даже нивелировать некоторые недостатки инфраструктуры, поскольку именно за «сохранностью» культуры, семьи, чело-

века, природы едут сегодня большинство путешествующих туристов-горожан. Эти потребности в неявном виде формируют поток экологического, рекреационного и этнотуризма, а также активных путешествий, рыбалки-охоты, которые так или иначе основываются на взаимодействии с природой и местным населением.

Почти все исследователи отмечают как положительное, так и негативное воздействие туризма на социальные и культурные аспекты жизни местного населения и территории [1, 6–8]. Все уровни взаимоотношений, складывающихся при освоении нового туристского пространства и влияющих впоследствии на культурно-экологическую сохранность туристской зоны, можно условно разделить на пять этапов. Формирование разнообразных по объему, качеству и характеру продуктов туристической территории приводит к созданию разных типов туристических пространств, обуславливающих различные этапы развития туристического продукта-места:

Первый этап. Подпространство «туристского обследования» характеризует самое начало туристского движения, осуществляется «экспериментаторами» и «пионерами» туризма.

Второй этап. Подпространство «туристского познания», когда открытые единичными туристами пространства начинают интересовать массовую аудиторию, главным образом, в познавательных целях.

Третий этап. Подпространство «туристской ассимиляции» подразумевает «включение» в туристский оборот сельских территорий, отдых организован в подготовленных для этого или адаптированных крестьянских усадьбах.

Четвертый этап. Подпространство «туристской колонизации», когда часть туристического пространства, подвергается полному туристическому освоению.

Пятый этап. Подпространство «туристской урбанизации» относится к части туристического пространства, формирующегося в последней фазе туристской колонизации [9].

Между перечисленными подпространствами могут существовать вертикальные связи (если некоторая территория последовательно проходит все фазы) или горизонтальные связи (если на обсуждаемой территории сосуществуют все или некоторые подпространства). То есть меняется социокультурное пространство территории, которое влияет на формирование личности и «новой личности», личностного социально-культурного пространства, причем последнее касается как личности туриста, так и личности жителя той территории, на которой происходит собственно туристская коммуникация.

Учитывая, что современная экономика характеризуется переходом от экономики услуг к экономике переживаний (рис. 2), именно туризм дает новые возможности к получению длительных и сильных положительных эмоций, когда современные потребители в контексте своего путешествия хотят подлинных аутентичных ощущений, захваченности, контроля над ситуацией, активности и свободы [10]. При этом осуществление проектной деятельности на территории может быть способом изыскания и оживления культурных ресурсов, которые в противном случае остаются невостребованным потенциалом.

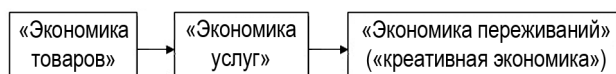


Рис. 2. Тенденция экономического развития туристской территории

Пространства, которые образуют историко-культурные объекты, должны определять направления экскурсионных маршрутов и в то же время становиться основой для развития территории и формирования имиджа туристской зоны. Именно поэтому роль историко-культурного наследия значительно возросла в настоящее время [11]. Интерес к культурной территории не может полностью удовлетворить современного городского туриста ввиду ее незначительности (отсутствие культурной самобытности, которая существует не на всех сельских территориях). Актуальным и востребованным «продуктом» является «экология», «природа», «флора, фауна». «Переезд молодежи из села в город понятен, однако важно понять и горожан, стремящихся пожить в селах... особенно в красивых местах. Красивая природа Алтай манит и зовет почти всех горожан, кто хоть раз побывал здесь. А если вы еще и творческая личность, то этот незримый зов иногда просто не дает вам жить спокойно в городе... Мы ощущаем весь Чемальский район как одно сплошное место силы. А простой сельский уклад освобождает ум от сложных мыслей, что позволяет больше обращать внимание на красоту этой природы, а также быть в хорошей физической форме, раз вместо умственных забот стало больше забот по хозяйству. Именно так мы захотели развиваться дальше...» [12].

Чтобы определить потенциал сельских территорий для современного горожанина, который знакомится первоначально с местностью в качестве туриста, необходимо оценить этот потенциал, используя различные методы, в том числе методы включенного наблюдения, социологические опросы, создания паспорта интересных объектов и прочее.

Для оценки воздействия на территорию и ее жителей чаще пользуются косвенными данными (ста-

тистика, доклады или выступления местной власти, паспорта районов, высказывания местных жителей в районных и региональных СМИ). Прямыми источниками можно считать результаты факторных, экспертных исследований, социологические опросы и т. д. В настоящей работе представлены аналитические материалы по Маслянинскому району Новосибирской области. Для территории преобладают положительные результаты, особенно на первом этапе освоения, как для туристов-пионеров («исследователи»), так и для местных жителей [13].

Так, например, в марте 2014 г. инициативная группа первооткрывателей новых туристских маршрутов по Новосибирской области во главе с руководителем К. В. Антоновым разработала проект «Развитие туристского маршрута СССР „Ручей Забабуриха“ (создание экологической тропы)» по созданию сети экологических троп, поддержанный областной администрацией и местными органами власти сельских территорий. Это особенно важно, учитывая, что сегодня на территории НСО действует недостаточное количество маршрутов активного туризма и отсутствуют условия для самостоятельного отдыха, что негативно сказывается на использовании природно-рекреационных ресурсов местными и городскими жителями. В результате реализации данного проекта решается проблема «информационного вакуума» вокруг интересных и значимых природных и культурных объектов НСО, происходит популяризация природного наследия и воспитание активной ответственной молодежи через участие в проекте. Такие проекты являются реальным механизмом создания нового социально-культурного пространства территории, в развитие которой вовлечены и местные жители, и участники-туристы.

Почти все исследователи отмечают как положительное, так и негативное воздействие туризма на социальные и культурные аспекты жизни местного населения и территории. Эти аспекты прямо или косвенно отражают социальные и культурные функции туризма в целом, и они достаточно полно описаны в научной литературе. Можно выделить прежде всего собственно социальные, или социально-экономические, и социокультурные аспекты, включающие такие моменты, как образ жизни населения, его поведение, традиции, культуру. Их можно представить как минимум на трех уровнях, каждый из которых имеет свою предметную область, а соответственно, и специфику:

1. Уровень личности, формирования и развития ее социально-культурного пространства, ценностных установок и связанный с процессами социализации и самоидентификации.

2. Уровень социальных коммуникаций, на котором главным субъектом и объектом выступает со-

циальная страта и ее различные формы, например молодежные группы, группы людей пенсионного возраста, субкультурные образования.

3. Уровень межкультурного взаимодействия и влияния на социальный институт традиций, религиозных верований, языка, фольклора, на сохранение или размывание локальной или этнической самобытности. В социокультурном аспекте туризм способствует преемственности культурных, бытовых традиций, которые сохраняются как самобытные местным населением, а также формированию взаимного интереса людей различных национальностей, обществ.

Внешними факторами, детерминирующими степень влияния туризма на эти процессы, будут выступать прежде всего природно-экологические факторы, во-вторых, экономические, политические и, в-третьих, специфические особенности данной туристской дестинации, так как они во многом определяют, какие виды туризма будут наиболее развиты на данной территории и какие условия имеются для их развития. В отдельных районах Новосибирской области уже можно наблюдать начало становления отрасли. Так, в Тогучинском и Маслянинском районе предлагают и развивают активный туризм – зимние и летние виды спорта, в Ордынском и Сузунском – рекреационный отдых, этнотуризм, спортивный туризм, Барабинском, Здвинском, Венгеровском, Северном – охота, рыбалка, Колыванском – историко-культурный туризм, конечно, самое начало этого сервиса. Сузунский район, как наиболее освоенный с точки зрения туризма, сегодня демонстрирует возрастание потока туристов даже на стадии первоначального формирования туристско-рекреационной зоны (культурного парка), что способствует формированию патриотизма и активизации краеведческой работы молодежи.

На наш взгляд, существует прямая корреляция между уровнями, описанными выше, и понятием «социально-культурное пространство». Социокультурное пространство (СКП), вырастая на основе культурного пространства, являясь его частью, функционирует как сложный процесс создания, передачи и усвоения артефактов и культурных ценностей человеком [14]. Применительно к нашей теме мы будем говорить прежде всего о СКП личности как основном субъекте туристской коммуникации, который может быть представлен в разных видах, но нас интересует прежде всего коммуникация по типу «турист – представитель местного населения».

В 2012–2013 гг. проводился опрос жителей Новосибирска, который выявил заинтересованность горожан предложениями сельского отдыха в контексте агротуризма, рекреации, обычных рыбо-

ловных и даже экологических маршрутов. Сельские территории, особенно прилегающие к городской новосибирской агломерации, являются потенциальным рынком предложения для туристов-горожан. Проживание в городах с высоким уровнем стресса, нездоровым воздухом, питанием, водой способствует стремлению к «экологизации» и пр. Эти потребности активно стали проявляться в конце 1990-х гг., когда из-за экономической ситуации россияне не имели возможности посещения зарубежных стран, поэтому стали расти потоки туристов на Алтай, Шерегеш, Хакасию и т. д. Поездки выходного дня, особенно актуальные среди длительной зимы, сформировали туристскую инфраструктуру отдельных районов Кемеровской области и Алтайского края. Сегодня, имея отдельные примеры успешной эксплуатации инфраструктуры местного уровня, туристские дестинации Новосибирской области могут конкурировать с соседними регионами в первую очередь ввиду экономичности времени, а иногда и цены. В этом контексте развитие сельских территорий (агротуризм, экотуризм, рекреация, охота и рыбалка – как приоритетные виды туризма данной территории) может стать альтернативой не только маршрутам выходного дня в соседние Кемеровскую область и Алтайский край, но при дальнейшем развитии туризма и в сторону альтернативного предложения местного отдыха на осенне-весенний сезоны [15].

О. В Лысикова, исследуя социальные изменения культурных практик отечественного туризма в условиях глобализации, приходит к важному выводу, отражающему дуальное сочетание факторов туристской коммуникации с местным населением, что позволяет целостно оценивать социально-культурное влияние туризма на местное население. Она выделяет следующие возможные варианты интеракций туристов и местного населения:

- симпатия (практики солидаризации);
- равнодушие (практики индифферентности);
- неприятие (практики отчуждения) при доминирующем первом типе [1].

Социально-культурные аспекты влияния туризма на местное население прямо или косвенно отражают социальные и культурные функции туризма в целом, и они достаточно полно описаны в научной литературе. Наша задача – выявить как положительные, так и негативные последствия проявления этих функций в практике туризма на примере Новосибирской области, что представлено в табл. 1.

Теперь рассмотрим взаимообратные связи с местным населением (на примере Маслянинского района) НСО. Примеры социально-культурного влияния на территории туристских дестинаций возможно рассматривать только на состоявшихся

Таблица 1

Влияние социальных функций туризма на развитие рекреационных зон Новосибирской области

Функция туризма	Характер влияния	
	Положительное	Отрицательное
Познавательная	«Погружение в природу». Экологический и пешеходный туризм, организуемый в отдельных туристских зонах Тогучинского, Кольванского, Искитимского районов, «включает» мотивацию исследователя, путешественника и побуждает интерес к краеведению. Улучшение качества работы музеев, уделяется большое внимание сохранению достояния со стороны местного населения	Строительство зданий с использованием нетрадиционных архитектурных стилей, использование памятников историко-культурного наследия в потребительских целях, стихийное «окультуривание» объектов туристских интересов с помощью граффити, «навешивания замков» и пр.
Оздоровительная и рекреационная	Санатории «Доволенский» и «Карачинский», курорт «Озеро Карачи» – известные здравницы Новосибирской области, функционирующие с середины 70-х гг. Активно развиваются территории грязевых озер Чановской озерной системы (самодельный туризм на Горьком и Яровом)	Неограниченный доступ к ресурсам наносит вред и туристам, и рекреации
Эстетическая и эмоционально-психологическая	Территория заповедников «Майское утро», заказников «Мануйловский», «Инской», «Легостаевский», «Кудряшовский бор», «Здвинский», «Чановский», Караканский и др. является излюбленным местом посещения местных жителей и туристов из Новосибирска	Эстетичность уединения и девственная красота природы «уходят» при избыточной пропускной способности территории. Особенно это касается нарушения природы красоты в районах обского водохранилища и прилегающих территорий. Нормативов посещения природных территорий пока не установлено
Творческая	Развитие арт- и фототуризма возможно как на территории природных заповедников и заказников, так и в определенных местах (например, «птичьи базары» в сентябре на оз. Убинском, Чановских озерах, р. Баган и др.) при должном развитии может быть приемом продвижения территории. Развитие новых рынков для традиционного ремесла и других форм искусства	В целом с точки зрения развития региона непосредственно не проявляется. Однако возможное сокращение традиционных видов деятельности или их замена на другие по желанию туристов, опошление и изменение традиционных форм декоративно-прикладного искусства, чтобы соответствовать желанию туристов
Холистическая и поведенческая	Составление atractивных маршрутов, использующих технологии анимации для «оживления» этнической и культурной составляющей местных территорий сегодня является работой с потребителем «нового типа», требованием потребительского общества. Повсеместно растущий интерес к традиционному образу жизни, возрождению традиций здорового образа жизни, здоровых духовных отношений	С точки зрения устойчивого развития региона непосредственно не проявляется, однако в небольших туристских дестинациях возможно влияние туристов, включая внедрение новых обычаев, способов организации сервиса и быта, питания (например, fast food). В случае активного развития дестинации опасность увеличения зависимости получаемых доходов от сезонности туристического бизнеса. Чрезмерное увлечение развлекательностью искажает смысл и значение местной культуры
Социокультурная	В Новосибирской области появился интерес к изучению истории края. Мошковский, Сузунский, Кольванский, Здвинский и др. районы сегодня начинают предлагать темы качества, народных ремесел, первопромышленников Сибири, что влияет и на инвестиционную активность в регионе, и на участие местной власти в происходящих процессах	Ориентация только на те объекты, что включены в программы, остальные объекты культурного и природного значения остаются без внимания местных жителей, потому что не приносят дохода
Культурно-воспитательная	Активизация и продвижение в 2011 г. проекта «Сузунский монетный двор», в 2013 г. сельской зимней Олимпиады в Маслянинском районе начинают привлекать внимание жителей области к своим возможностям и перспективам новых спортивных сооружений. Внутренняя мобилизация активного населения для проживания и/или работы в принимающем регионе	Менталитет приезжающих горожан не отличается особой целомудренностью, что впоследствии может отразиться на мировосприятии сельских жителей, более скромных в своих желаниях и поступках. Формирование чисто потребительского интереса у местных жителей и коммерциализация во всем, ориентация на западные образцы культуры и поведения, утрата и размывание чувства патриотизма

Функция туризма	Характер влияния	
	Положительное	Отрицательное
Социально-коммуникативная	Проводимые в Карасукском районе гонки на внедорожниках и мотоциклах, региональные проекты по агротуризму в Сузунском районе, начавшиеся в 2008 г., фестивали народной сибирской культуры на праздники «Масленица» и «Троица» в Ордынском, Маслянинском, Куйбышевском, Болотнинском и др. районах (организатор русский фольклорный центр) обеспечивают «оживление» интереса местных жителей к своей исконной культуре, неоправданно забытой, и способствуют свободному общению представителей городского и сельского населения	Возможен негативный эффект при слишком интенсивном контакте в неподготовленной среде: – рост криминала; – потеря достоинства вследствие угодливого отношения к туристам; – падение морального уровня
Экологическая	Внедрение пропускной способности заповедников, заказников, природных парковых систем и охрана лесных массивов и водоразделов, сохранение биоразнообразия, включение режима промышленного освоения территории	Шумовые, визуальные, органические и любые другие воздействия лишают целостности экосистему, а значит, приводят к потере рекреационной привлекательности объекта
Спортивная	Олимпиада зимних видов спорта в Маслянинском районе в 2013 году повысила интерес местных жителей к занятиям зимними видами спорта	С точки зрения устойчивого развития региона непосредственно не проявляется

или активно развивающихся туристских территориях. В Новосибирской области, при широте и разнообразии туристско-рекреационного потенциала примеров комплексного развития дестинаций немного. В качестве примера можно рассматривать отдельные туристские зоны Маслянинского района, где с 2006 г. началось комплексное социально-экономическое развитие, включая объекты культуры, спорта, образования; увеличены расходы бюджета на культуру, социальные нужды и экологию; расширение сельского хозяйства («стеклянный» молокозавод) [13]. После решения основных инфраструктурных вопросов было принято решение о создании инновационной площадки – горнолыжного комплекса «Юрманка» около с. Верх-Ики, где 15 лет бездействовала территория. Проектирование туристского потока и формирование потенциального спроса были комплексной политикой местных властей. Сегодня заканчивается строительство второго спортивного комплекса «Скакуша» в районе с. Березово, рассчитанного на прием внутренних туристов из Новосибирска и прилегающих районов, что демонстрирует заинтересованность в равномерном социальном развитии муниципальных образований. Вблизи действующих спортивных комплексов идет увеличение сдачи в аренду частного жилья, что на первом этапе освоения туристской территории заменяет строительство звездных гостиниц, причем весьма эффективно решая вопрос сезонности.

Вместе с другими социально-культурными объектами, запущенными в районе, туризм стал одной из «точек роста» территории. За четыре года (с 2009 по 2012 г.) в районе увеличился оборот малого бизнеса (на 64 %), торговли (62 %), строительных инвестиций (252,7 %), а самое главное – количество участников спортивных мероприятий среди молодежи увеличилось на 83 %, участников досуговых учреждений – на 27 %, криминогенность упала на 4 %, а также выбросы стационарных источников на одного жителя сократились на 19 %.

Общее увеличение занятости, пополнение бюджета района, в том числе и за счет налогов с физических лиц, снижение криминогенности – один из важнейших показателей для развития туризма [16]. Общий подъем и мотивированность населения к занятиям спортом, участие в культурной жизни свидетельствуют о расширении и наполнении социально-культурного пространства сельской местности.

Таким образом, целесообразность развития туризма сельских территорий обусловлена прежде всего его активной позицией по отношению к местной экономике. Щадящее воздействие на рекреацию, нетребовательность к первоначальным инвестициям в развитие туризма, стабилизация занятости местного населения, а также усиление культурной составляющей в жизни сибиряков в целом, несомненно, играют положительную роль в укреплении сельских дестинаций.

Список литературы

1. Лысикова О. В. Социальные изменения культурных практик отечественного туризма в условиях глобализации: автореф. дис. ... д-ра соц. наук. Саратов, 2012. URL: <http://www.dissers.ru/avtoferati-doktorskih-dissertatsii/a234.php>. (дата обращения: 14.04.2014).
2. Низкодубов Г. А. Стереотипы деловых культур России и США в формировании межкультурной профессионально-деловой коммуникативной компетенции // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2010. Вып. 2 (92). С. 150–153.
3. Шелехов И. Л., Берестнева О. Г., Жаркова О. С. Анализ факторов, определяющих демографическую ситуацию в современной России // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2010. Вып. 5 (95). С. 135–141.
4. Кокаревич М. Н. Принципы уникальности и равноценности культур как условие межкультурной толерантности // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2010. Вып. 5 (95). С. 5–11.
5. Соболь Т. В. Проблема формирования социальной идентичности в условиях глобальных общественных изменений // Философия и космология. 2012. Вып. 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-formirovaniya-sotsialnoy-identichnosti-v-usloviyah-globalnyh-obschestvennyh-izmeneniy> (дата обращения: 30.04.2014).
6. Петрова Е. В. Социокультурные аспекты туризма в современной России: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. соц. наук. М., 2009. URL: <http://www.disserscat.com/content/sotsiokulturnye-aspekty-turizma-v-sovremennoi-rossii-sotsiologicheskii-analiz> (дата обращения: 30.04.2014).
7. Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. Влияние социальных функций туризма на устойчивое развитие региона (на примере Прибайкалья) // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2012. Вып. 6.
8. Гладкевич Г. И. Неконфликтное рекреационное использование территории (зарубежный опыт для Бурятии) // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования / под ред. В. И. Кружалин, А. Ю. Александровой. М., 2008. С. 308–322.
9. Влодарчик Б., Стасяк А., Качмарек Я. Туристический продукт: замысел, организация, управление: учебное пособие для вузов по специальностям 10103 «Социально-культурный сервис и туризм», 10102 «Туризм» / пер. с пол. И. Д. Рудинского. М.: ЮНИТИ, 2008, 495 с.
10. Абанкина Т. В. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» // Отечественные записки. 2005. № 4 (25) URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/ekonomika-zhelaniy-v-sovremennoy-civilizacii-dosuga.режим> (дата обращения: 30.04.2014).
11. Зуев С. Э. Культура как ресурс регионального развития // Сайт Ассоциации менеджеров культуры. 2002. URL: <http://acm.org.ru/analy> (дата обращения: 30.04.2014).
12. Личное мнение жителей района. URL: <http://listock.ru/36260> (дата обращения: 30.04.2014).
13. Владыкина Ю. О. Брендинг региона как способ формирования туристской территории // Сервисные технологии: теория и практика: сб. науч. тр. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2010. Вып. 2. С. 38–41.
14. Загорская Л. М. Формирование социально-культурного пространства личности: теоретический и прикладной аспекты // Сервисные технологии. Теория и практика: сб. науч. тр. / Новосиб. гос. техн. ун-т. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. Вып. 3. С. 33–41.
15. Косолапов А. Б. Теория и практика экологического туризма: учеб. пособие для вузов. М., 2005. 228 с.
16. Варлачева Т. Б., Давлетгареев Н. Р. К вопросу о несостоятельности организаций в сельском хозяйстве на примере Томской области // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2012. Вып. 12 (127). С. 53–56

Владыкина Ю. О., кандидат экономических наук, доцент.
Новосибирский государственный технический университет.
Пр. Маркса, 20, Новосибирск, Россия, 630092.
E-mail: j_vladikina@ngs.ru

Загорская Л. М., кандидат философских наук, доцент.
Новосибирский государственный технический университет.
Пр. Маркса, 20, Новосибирск, Россия, 630092.
E-mail: j_vladikina@ngs.ru

Материал поступил в редакцию 01.05.2014.

Yu. O. Vladykina, L. M. Zagorskaya

FEATURES OF THE IMPACT OF TOURISM ON THE DEVELOPMENT OF SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENT OF RURAL TERRITORIES (BY THE EXAMPLE NOVOSIBIRSK REGION)

Tourism in terms of communication theory is a special kind of communication, which can be called tourist communication. The positive and negative impacts of tourism on the development of rural territories discussed in this article depends on socio-cultural environment destinations and regions, their capabilities, tourist and recreational and natural ecological potential, as well as the overall development planning of the area. Other aspects of the socio-cultural impact of tourism are connected with the fact that in the process of tourist communication there is the formation of tourism development and socio-cultural space of the person as a tourist and a resident of rural areas, as the objects of

tourist interest. The attitude of the participants of the tourist communication to the natural environment and cultural traditions, values, types of leisure lifestyle is changing. The reciprocal interconnections of the tourism and local population are considered on the example of tourist destinations of the Novosibirsk region.

Key words: *Tourist communication, socio-cultural space of destinations, recreational potential of the area, territorial Planning, rural areas.*

References

1. Lysikova O. V. *Social change cultural practices of domestic tourism in the context of globalization*. Doct. dis. soc. Sci. Saratov, 2012. URL: <http://www.dissers.ru/avtoreferati-doktorskih-dissertatsii/1/a234.php> (accessed 14.04.2014) (in Russian).
2. Nizkodubov G. A. Stereotypes of the US and Russia business cultures and formation of the cross-cultural competence. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2010, vol. 2 (92), pp. 150–153 (in Russian).
3. Shelehov I. L., Berestneva O. G., Zharkov O. S. Analysis of the factors that defining demographic situation in Modern Russia. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2010, vol. 5 (95), pp. 135–141 (in Russian).
4. Kokarevich M. N. The foundation of uniqueness and equivalence of cultures as condition for crosscultural tolerance. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2010, vol. 5 (95), pp. 5–11 (in Russian).
5. Sobol T. V. Issues of the formation of social identity in the context of global social change. *Philosophy and cosmology*, 2012, issue 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-formirovaniya-sotsialnoy-identichnosti-v-usloviyah-globalnyh-obschestvennyh-izmeneniy> (accessed 30.04.2014) (in Russian).
6. Petrova E. V. *Socio-cultural aspects of tourism in modern Russia: sociological analysis*. Dis. cand. soc. sci., Moscow, 2009. URL: <http://www.dissers.com/content/sotsiokulturnye-aspekty-turizma-v-sovremennoi-rossii-sotsiologicheskii-analiz> (accessed 30.04.2014) (in Russian).
7. Danilenko N. N., Rubtsov N. V. Influence of the social functions of tourism on sustainable development in the region (on the example of the Baikal region). *Proceedings of the Irkutsk State Economic Academy*, 2012, issue 6 (in Russian).
8. Gladkevich G. I. Non-confrontational recreational use of the territory (foreign experience for Buryatia). *Tourism and recreation in the way of sustainable development: domestic and foreign research*. Ed. V. I. Kruzhalin, A. Yu. Aleksandrova. Moscow, 2008, pp. 308–322 (in Russian).
9. Wlodarczyk B., Stasiak A., Kaczmarek J. *Tourist product: the idea, organization, management: textbook for higher schools in the field of 10103 "Socio-cultural service and tourism" 10102 "Tourism"* (Russ. ed.: Vlodarchik B., Stasyak A., Kachmarek Ya. *Turisticheskiy product: zamysel, organizatsiya, upravlenie: uchebnoe posobie dlya vuzov po spetsialnostyam 10103 "Sotsiokulturniy-servis I turizm", 10102 "Turizm"*; per. s pol. I. D. Rudinskogo. Moscow, UNITY Publ., 2008, 495 p.) (in Russian).
10. Abankina T. V. Economy of desires in modern "civilization of leisure". *Domestic Notes*, 2005, no. 4 (25). URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/ekonomika-zhelaniy-v-sovremennoy-civilizacii-dosuga> (accessed 30.04.2014) (in Russian).
11. Zuev S. E. Culture as a resource for Regional Development. *Site of the Association of managers of culture*, 2002. URL: <http://acm.org.ru/analiz> (accessed 30.04.2014) (in Russian).
12. *The personal opinion of area residents*. URL: <http://listock.ru/36260> (accessed 30.04.2014) (in Russian).
13. Vladykina Yu. O. Branding of the region as a method of forming tourist area. *Service Technologies: Theory and Practice: the collection of scientific papers*. Novosibirsk, NGTU Publ., 2010, vol. 2, pp. 38–41 (in Russian).
14. Zagorskaya L. M. The formation of socio-cultural space of personality: theoretical and applied aspects. *Service technologies. Theory and practice: a collection of scientific papers*. Novosibirsk, NGTU Publ., 2011, vol. 3, pp. 33–41 (in Russian).
15. Kosolapov A. B. *Theory and practice of ecotourism: textbook for universities*. Moscow, 2005. 228 p. (in Russian).
16. Varlacheva T. B., Davletgareev N. R. The analysis of insolvency organizations in agriculture (data of Tomsk region). *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2012, vol. 12 (127), pp. 53–56 (in Russian).

Vladykina Yu. O.
Novosibirsk State Technical University.
Pr. Marksa, 20, Novosibirsk, Russia, 630092.
E-mail: j_vladikina@ngs.ru

Zagorskaya L. M.
Novosibirsk State Technical University.
Pr. Marksa, 20, Novosibirsk, Russia, 630092.
E-mail: j_vladikina@ngs.ru