

Д.С. УШАКОВ

СТРАНОВЕДЕНИЕ



**ТУРИЗМ
& СЕРВИС**

Д.С. Ушаков

Страноведение

Учебное пособие



Издательский центр «МарТ»
Москва — Ростов-на-Дону

2007

75.81
ББК 26.89
У 93 2

Ушаков Д. С.

У 93 Страноведение: учебное пособие. (Серия «Туризм и сервис») – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2007. – 256 с.

Отличительной чертой данного учебного пособия является концепция рассмотрения туристического потенциала страны с позиций комплексной оценки географических, природно-климатических, культурно-исторических и социально-экономических факторов. В книге предложено большое количество страноведческого материала, что способствует аккумулярованию необходимых для формирования представления о туристических особенностях стран знаний. В учебном пособии представлена система классификации государств в зависимости от особенностей их туристического потенциала и выявление общих для классификационных групп тенденций развития национального туристического производства.

Учебное пособие адресовано как для студентов высших учебных заведений, будущих специалистов в сфере социально-культурного сервиса и туризма, так и для работников туристического бизнеса, всех, интересующихся географией мирового туризма.

ISBN 978-5-241-00809-1

ББК 26.89

© Ушаков Д.С., 2007

© Оформление: Издательский центр «МарТ», 2007
ИКЦ «МарТ», 2007

SAMARQAND IQTISODI OT
VA SERVIS INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI

439286

ВВЕДЕНИЕ

В XXI век туризм вошел как глобальное социально-экономическое явление, значимо влияющее на мироустройство и экономику десятков стран, как стабилизирующий фактор мирового хозяйства, способный превратить во благо географическое расположение страны и ее природно-климатические ресурсы, культурно-исторические памятники и достопримечательности, предоставить десятки миллионов рабочих мест, повысить качество жизни каждого десятого жителя земли.

Туристическая индустрия, формирование которой стало прямым следствием утверждения туризма как массового явления, сегодня превратилась в ведущую отрасль, рентабельность которой не во многом уступает передовому автомобилестроению, добыче энергоносителей или высокотехнологичному сектору. Во многих государствах мира туристическая индустрия является крупнейшим, а в ряде случаев, единственным плательщиком налогов, обеспечивает приток в национальную экономику иностранной валюты, положительно сказывается на инвестиционном климате и внешнеэкономическом имидже государства.

Анализ международных туристических потоков, а также сравнение качественного и количественного уровней развития туристической деятельности в государствах мира, позволяет вывести закономерность, связывающую степень вовлеченности страны в международное туристическое производство (в качестве страны-донора либо реципиента турпотоков) и особенности ее экономико-географических характеристик и показателей. В связи с этим изучение государств с целью оценки их туристического потенциала и возможностей организации туристического производства представляет из себя чрезвычайно важный, необходимый компонент процесса анализа современного состояния, а также прогнозирования и планирования международного туризма.

В данном учебном пособии туристический потенциал страны рассматривается с позиций ее естественных (географическое положение, климат, особенности ландшафтов) или приобретенных (городская инфраструктура, туристическая индустрия, народонаселение) преимуществ в туристическом производстве. Особенности этого подхода в туристическом страноведении и оценке туристических возможностей современного государства и определили структуру и содержание настоящего учебника.

В первой главе анализируется современный процесс туристического производства, выделяются его факторы, средства и технологии, определяются преимущества государства в производстве туристического продукта.

Вторая глава рассматривает естественные преимущества страны в производстве национального туристического продукта, такие как ее экономико-географическое положение и природно-климатические особенности. В структуре последних отдельно выделяются ландшафты, водные, бальнеологические и климатические ресурсы развития национального туристического производства, акцентируется внимание на роли в международном туризме территорий с регламентированным или ограниченным доступом (заповедники, национальные парки).

Исследование трудового фактора туристического производства проводится в рамках третьей главы. При этом особое внимание в пособии отводится оценке народонаселения (закономерности расселения людей по территориям государств) и таких его критериев, как численность, плотность, структура населения, типы воспроизводства населения и так далее на состояние национальной туристической деятельности. Процесс урбанизации, который существенным образом трансформировал туристические потоки, изменил их географию, ширину и сезонность колебаний, рассмотрен в рамках отдельного параграфа.

Культурный, исторический, научный потенциал государств как компонента преимуществ национального туристического производства был рассмотрен в рамках четвертой главы, посвященной сравнительному анализу туристического потенциала городов. В связи с тем, что города пред-

ставляют собой концентрат достижений народов и цивилизаций, а следовательно, обладают колоссальной туристической привлекательностью, исследование стран на предмет их туристического потенциала невозможно без анализа городов и состояния городского хозяйства. В рамках четвертой главы рассмотрена роль современных городов в международном туризме (и как туристических дестинаций, и как рынков сбыта туристического продукта), выделены пять типов современных городов, различающихся не только историческими особенностями, спецификой стадий своей эволюции, но и даже внешним обликом, степенью туристической привлекательности, условиями размещения предприятий туристической индустрии и основных объектов показа.

В пятой главе рассмотрены религиозные особенности современного международного туристического производства, оценена религия как условие формирования и распределения современных турпотоков. В главе акцентируется внимание на явлении паломнического туризма в русле трех мировых религий — христианства, ислама и буддизма.

Наконец, *шестая глава* посвящена экономическим условиям международного туристического производства, в ней формируются принципы распределения предприятий туристической индустрии в различных странах мира, с позиций уровня экономического развития страны обосновываются закономерности ее национального туристического рынка. Особое внимание уделяется экономической оценке конкурентоспособности национального туристического производства.

Туристическое страноведение — отрасль знаний, находящаяся на стыке множества наук — от естественных (география, биология, гидрология, геология и так далее) — до общественных и гуманитарных (экономика, демография, культурология), что определяет разнонаправленность трудов, использованных в подготовке издания.

Отличительной чертой данного учебного пособия является концепция рассмотрения туристического потенциала страны с позиций комплексной оценки географических, природно-климатических, культурно-исторических и социально-экономических факторов. В отличие от существующих пособий

по туристическому страноведению, содержащих основы методики туристического изучения стран, в книге предложено большое количество страноведческого материала, что способствует аккумулированию необходимых для формирования представления о туристических особенностях стран знаний. Наконец, целью предлагаемого пособия было не краткое описание особенностей туризма в различных государствах мира, а разработка системы классификаций государств в зависимости от особенностей их туристического потенциала и выявление общих для классификационных групп тенденций развития национального туристического производства.

Учебное пособие адресовано как для студентов высших учебных заведений, будущих специалистов в сфере социально-культурного сервиса и туризма, так и для работников туристического бизнеса, всех, интересующихся географией мирового туризма.

Глава I

ФАКТОРЫ, СРЕДСТВА И ТЕХНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Любое современное производство требует одновременно наличия определенных факторов, средств и технологий. Только в случае присутствия этих трех компонент возможно начало производственного процесса и создание конкретного, пользующегося спросом на рынке товара или услуги.

Для обеспечения процесса производства также необходимо соответствие его трех компонент ряду требований:

- необходимый объем составляющих производство, то есть их количественное выражение, позволяющее не только организацию производственного процесса, но и дальнейший рост объемов производства;
- должное качество факторов, средств и технологий производства, то есть такое их состояние, которое оптимально для использования в процессе производства;
- временное и пространственное единство — одновременное присутствие всех компонент на ограниченном пространстве, что и позволяет их использование в процессе производства;
- наличие ответственных за использование факторов, средств и технологий производства и правомочных в распоряжении ими лиц или групп лиц (собственников, либо других правообладателей);
- наличие координирующего центра, который обладает необходимой полнотой власти для принятия решений относительно степени участия компонент в процессе производства. Таким координирующим использование компонент производства центром в условиях рыночной экономики чаще всего является коммерческий интерес.

Схематически процесс производства представлен на рис.1.

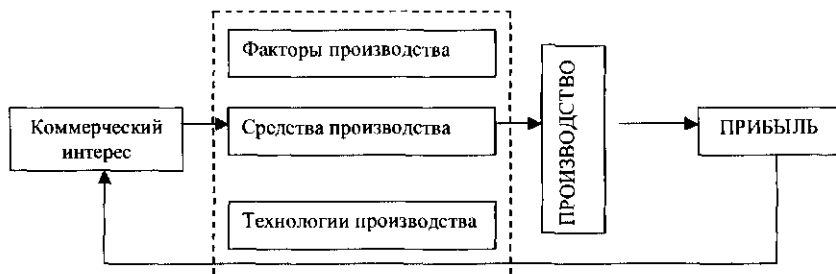


Рис. 1. Процесс производства и его компоненты

Рассмотрим основные составляющие процесса производства туристического продукта.

1.1. ФАКТОРЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Факторы производства — это определенные ресурсы (природные, трудовые, капитал...), наличие которых позволяет организовать процесс производства и создать все необходимые для него условия. Отсутствие либо наличие не в должном объеме или качестве одного из факторов производства ставит под угрозу как сам процесс производства, так и его коммерческую целесообразность. Стоит отметить, что если отсутствие факторов производства и свидетельствует о полной невозможности производственного процесса, то их присутствие еще не гарантия процветающей и прибыльной производственной деятельности. К примеру, регион может обладать довольно емким рынком рабочей силы, однако отсутствие на этом рынке необходимых специалистов, либо просто неумение собственника набирать работников и удерживать их на рабочем месте, приводит к ситуации, когда даже расположенное в обладающем трудовым фактором регионе производство не сможет развиваться именно из-за отсутствия работников.

Производство туристического продукта возможно только при наличии трех основных факторов — туристических ресурсов, капитала и трудовых ресурсов.

К туристическим ресурсам можно отнести практически любой объект, комплекс объектов, образ или идею, способные вызывать туристический интерес, то есть осознанное стремление индивида к непосредственному ознакомлению (посмотреть, потрогать, почувствовать, попробовать и т.д.), ради которого последний готов пожертвовать определенным количеством материальных благ (обычно, деньгами) и собственным свободным временем. Основная классификация туристических ресурсов основана на способе их возникновения, в зависимости от которого выделяют природные (рекреационные и бальнеологические), антропогенные (созданные человеком или обществом) и смешанные (природно-антропогенные) туристические ресурсы.

Природные туристические ресурсы имеют естественную историю своего происхождения. Ими наделяются нации и сообщества в силу особенностей (географических, климатических, ландшафтных, геологических и т.д.) своего проживания. Природные туристические объекты разделяют на рекреационные (способные оказывать положительное воздействие на эмоциональное состояние туристов благодаря собственной уникальности, красоте, предоставлению возможностей для отдыха, спорта и досуга), бальнеологические (оказывающие благотворное влияние на состояние здоровья туристов) и отдельные природные объекты туристического интереса. Интерес к природным ресурсам и в прошлом, и в настоящем был и остается одним из ведущих мотивов международного туризма.

Антропогенные туристические ресурсы созданы при непосредственном участии человека или же всего общества. Так, к создаваемым человеком ресурсам можно отнести архитектурные, культурные, научные, зрелищные, развлекательные объекты туристического интереса, к создаваемым же обществом — социальные туристические ресурсы (язык, культура, образ жизни, кухня). Антропогенные туристические ресурсы могут иметь (пирамиды Египта или Акрополь в Афинах), а могут и не иметь (центр Жоржа Помпиду в Париже

или научная лаборатория в Лос-Аламосе) исторической ценности.

Наконец, к третьему виду туристических ресурсов относятся так называемые смешанные или природно-антропогенные туристические ресурсы, которые стали таковыми благодаря человеческим усилиям в отношении естественных процессов или природных объектов (например, национальные парки, зоопарки, дендрарии и т.д.).

По причине того, что туристические ресурсы в большинстве своем:

- имеют естественное или историческое происхождение, что свидетельствует о безвозмездности наделения ими и отсутствии конкретных лиц, понесших реальные расходы на их сооружение;
- практически неспособны к применению к ним ограничивающих доступ мер (не представляется возможным скрыть от населения горы или пляжи, исторические здания или всемирно известные шедевры);
- являются частью культуры, истории нации или народа, логично заявить, что туристические ресурсы общественны по своей сути, то есть, являются достоянием определенной группы людей, а порой и всего человечества. Поэтому любые запреты или меры, ограничивающие доступ людей к туристическим ресурсам, были бы по меньшей мере негуманными, и, следовательно, недопустимыми. Общественная собственность на туристические ресурсы подразумевает, что представители общественности имеют право только пользоваться туристическими ресурсами, но не распоряжаться ими по своему усмотрению ради сохранения туристических ресурсов для грядущих поколений.

С другой стороны, если туристические ресурсы изначально общественны и принадлежат всему обществу в целом, то руководствуясь каким правом отдельные лица или организации используют их в производстве туристического продукта, получая прибыль, а другие — нет?

Превращение туристических ресурсов в фактор производства туристического продукта — процесс, в результате которого отдельный представитель общества получает право использования туристических ресурсов в собственных ком-

мерческих целях, то есть, право на вовлечение туристических ресурсов в производство туристического продукта. С целью сохранения социальной справедливости превращение туристических ресурсов в фактор производства не должно быть безвозмездным, требовать определенной компенсации в пользу всего общества со стороны производителя туристического продукта. И на практике такая компенсация существует и выражается в двух формах:

- в виде перенесения части социальной ответственности за состояние туристических ресурсов, их поддержание и сохранение на производителя (принятие производителем обязательств за сохранение состояния туристических ресурсов, либо его отчисления в экологические, ремонтные и т.д. фонды государства или региона);
- в форме прямых платежей за коммерческое использование туристическими ресурсами (налогообложение производства туристического продукта, резервные фонды, экологические и курортные сборы и т.д.).

В отечественной туристике принято называть данные виды компенсаций так называемой туристской рентой¹, хотя применяемая терминология весьма спорная. Рента — это регулярный доход с фактора производства, обладающего неэластичным спросом, подразумевающая наличие определенного собственника того самого фактора, способного им распоряжаться. Как было выяснено выше, собственником туристических ресурсов выступает все население определенного государства или территории, но в то же время каждый из его представителей обделен правом распоряжения туристическими ресурсами. Следовательно, возмездность предоставления туристических ресурсов в использование в коммерческой деятельности более представляется как компенсация производителя другим членам общества. При этом размер компенсации и порядок ее уплаты должны определяться государством — единственным представителем воли и интересов всех членов общества.

Качество туристических ресурсов как фактора производства туристического продукта определяется двумя основны-

¹ Козырев В.М. Туристская рента. М., 2001.

ми характеристиками — их известностью и доступностью. Известность туристических ресурсов определяется степенью информированности общественности о них, их уникальности и силе воздействия на туристов, что однозначно многократно усиливает ценность туристических ресурсов как для их совладельцев — местного сообщества, так и для их коммерческого пользователя. Доступность туристических ресурсов определяется тем, насколько просто, быстро и безопасно доставить туристов к ним. Зависимость между доступностью и ценностью туристических ресурсов также прямая.

Как фактор производства туристические ресурсы имеют ряд существенных характеристик, определяющих специфику их использования и географию размещения мировых центров производства туристического продукта:

- отсутствие мобильности туристических ресурсов и их неспособность к перемещению в пространстве;
- неисчерпаемость туристических ресурсов (производство туристического продукта не требует их непосредственного расходования или потребления);
- ограниченность емкости (пропускной способности) туристических ресурсов;
- способность к восстановлению или модификации;
- регулируемая сообществом либо коммерческим пользователем динамика качества посредством изменения известности или доступности туристических ресурсов, так и состояния их (внешний вид, привлекательность) и условий на окружающей территории (экология, криминальная ситуация).

Капитал определяют как стоимость, приносящую прибавочную стоимость¹, как ресурс длительного пользования, создаваемый с целью производства большего количества товаров или услуг², как элемент богатства, приносящий его владельцу регулярный доход на протяжении длительного времени³. Как фактор производства, капитал — это совокупность материальных или нематериальных благ, использование ко-

¹ Маркс К. Капитал. Т.1 // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23.

² Самуэльсон П. Экономический образ мышления. М., 1994.

³ Фишер И. Покупательная сила денег, ее определение и отношение к кредиту. М., 1925.

торых в производстве позволяет создание большего количества и иного качества материальных или нематериальных благ. То есть капитал представляет собой некую самовозрастающую стоимость, рост которой возможен только в процессе производства. Отсутствие производства (невовлеченность в производство) превращает капитал в обыкновенную совокупность материальных или нематериальных ценностей.

Капитал как фактор производства туристического продукта аналогично общепринятому для любого типа производства определению, есть материальные или нематериальные ценности, способные к использованию в производстве и созданию в его результате дохода.

Всякий индивидуальный, равно как и общественный капитал, находится в постоянном движении. Это — сфера его жизни.

Карл Маркс в теории кругооборота капитала так описал его метаморфозу¹.

Денежный капитал авансируется капиталистом на приобретение средств производства и рабочей силы, которые, соединяясь в процессе производства, продолжают взаимодействовать вплоть до выпуска готовой продукции. Реализуя товар, капиталист получает его стоимость в денежной форме, первоначально авансированная сумма капитала возвращается к своему владельцу, но уже возросшая на определенную величину (добавочная стоимость). Таким образом, на трех стадиях движения происходит смена форм капитала — денежная переходит в производительную, производительная форма сменяется на второй стадии товарной формой и на третьей стадии происходит возврат к первоначальной денежной форме. В действительности же капитал одновременно своими частями находится на всех трех стадиях и во всех трех формах. Тем самым обеспечивается непрерывность производственного процесса, а следовательно, и потребления. Стоит капиталу задержаться на какой-либо из трех стадий, будет нарушен весь его кругооборот. Кругооборотом капитала и называется его движение, охватывающее последовательно и его авансирование, применение в производстве, реали-

¹ Маркс К. Капитал. Т.1 // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23.

зацию произведенного товара и возвращение к исходной форме. Прохождение капиталом всех трех стадий (то есть, возврат капитала от денежной к денежной же форме через производственный процесс) есть совершение капиталом одного полного оборота. Учитывая создание капиталом избыточной стоимости после совершения им одного полного оборота, капиталоборот можно схематически изобразить в виде раскручивающейся спирали (рис. 2).

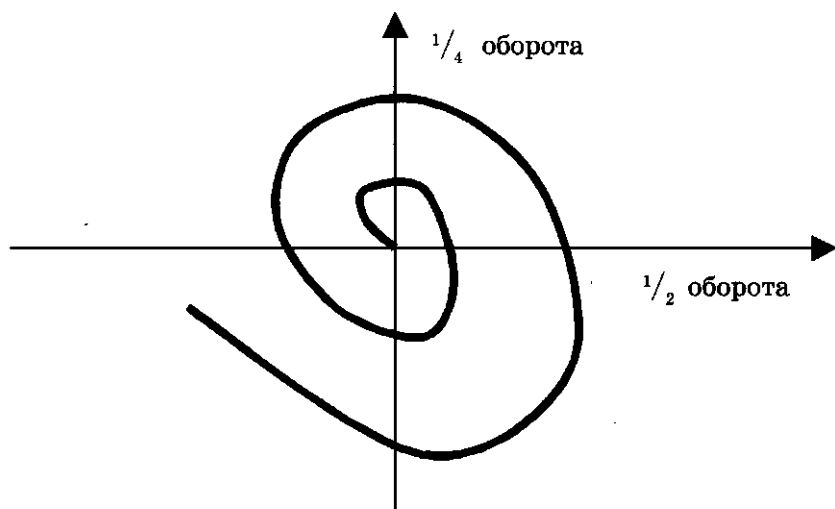


Рис. 2. Схема капиталоборота

На рис. 2 кривая демонстрирует совершение оборота капиталом и рост добавочной стоимости с каждым новым оборотом.

Из характеристик капитала как фактора производства туристического продукта можно выделить:

- невозможность изъятия из производства без полной остановки производственного процесса;
- полная остановка производства (например, в силу его нерентабельности) не всегда свидетельствует о снижении стоимости ранее вовлеченного в него капитала;
- идентичные по количественному и качественному выражению капиталы, расположенные в различных гео-

графических местностях или принадлежащие различным собственникам могут иметь различные возможности для собственного вовлечения в производственный процесс, а потому и различную стоимость;

- капитал мобилен по своей сути. По этой причине допустимы миграции капитала из одного производства в другое (например, более рентабельное). В связи с тем, что в ряде регионов мира туристическое производство является высоко рентабельным, туристическая отрасль такого региона представляется весьма притягательной для собственных и иностранных (посредством прямых или портфельных инвестиций, покупки действующих туристических производств или самостоятельного выхода на региональный рынок) капиталов;
- размер капиталовложений в производство туристического продукта можно изменять как в большую, так и в меньшую сторону (посредством самоинвестирования или «откачки» капитала) с непосредственным воздействием на состояние и темпы роста процесса производства, а также и на размер производимой добавочной стоимости;
- капитал за счет своего участия в процессе производства и создания добавочной стоимости способен сформировать капитал, который может быть использован и в другом производственном процессе. Этот процесс можно условно определить как мультиплицирующую диверсификацию капитала, при котором одно капиталовложение со временем формирует новый капитал, лежащий в основе других производственных процессов в регионе или за его пределами. В случае такой диверсификации темпы создания добавочной стоимости многократно увеличиваются за счет одновременно нескольких различных производств, отличающихся уровнем рентабельности.

На рис. 3 пунктирная линия показывает рост добавочной стоимости в результате начального (стартового) капиталоборота. В точке А происходит перекачка капитала в другой вид коммерческой деятельности (стрелка) и далее сплошная кривая демонстрирует уже создание добавочной стоимо-

сти в результате параллельных оборотов капитала в двух сферах бизнеса (размах спирали существенно больше, чем на стартовом капиталообороте).

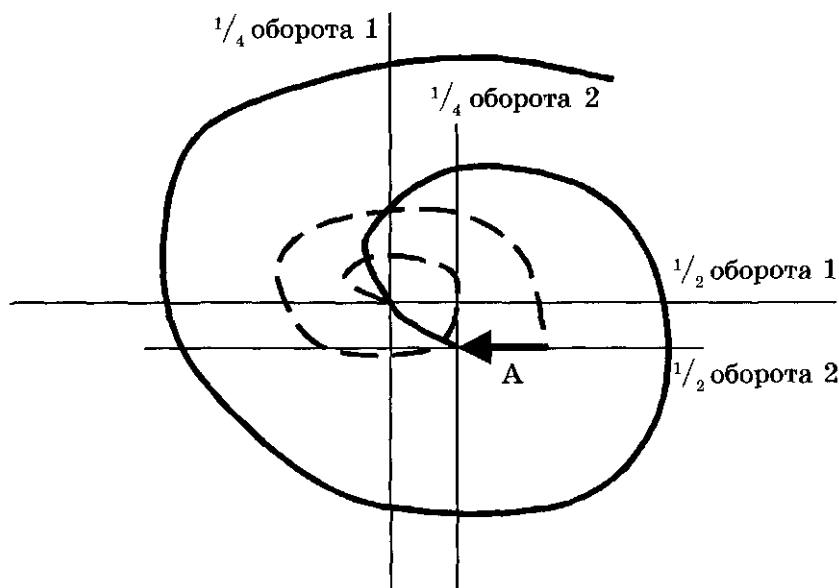


Рис. 3. Схема мультиплицирующей диверсификации капитала

Любая ценность, становясь капиталом, должна вовлекаться в производственный процесс. В производстве туристического продукта капитал формируется из:

- денежных средств (собственника производства или привлекаемые), которые расходуются в стадиях производства туристического продукта;
- предметов материального мира, которые непосредственно участвуют в производстве туристического продукта (например, офис и оргтехника – для туристической фирмы, или здание и мебель – для отеля);
- так называемых нематериальных активов, которые не имеют вещного выражения, однако способны непосредственно определять уровень рентабельности туристического бизнеса в регионе (например, брэнд, торговые марки, креативные идеи или образы).

Производство туристического продукта характеризуется своей сезонностью, то есть значительными колебаниями объема производства и продаж в течение года. Обычно в туризме выделяют два сезона — летний и зимний. Своеобразными межсезоньями (временем невысоких объемов производства и продаж) считаются осенние и весенние каникулы, существующие в обществе праздники и выходные.

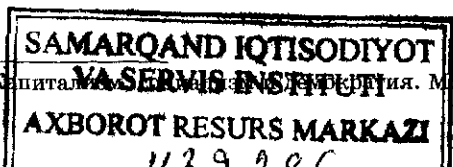
На основании вышесказанного можно сделать вывод, что капиталоборот в туристическом производстве происходит дважды в год, то есть, длительность одного полного оборота (с момента инвестирования оборотного капитала до момента получения максимально возможной прибыли) — в среднем шесть месяцев (на практике — первый оборот — с марта по октябрь, второй — с сентября по март).

Труд — есть целесообразная деятельность человека, с помощью которой он преобразует природу и приспосабливает ее для удовлетворения своих потребностей¹. Трудовые ресурсы, таким образом, представляют собой население в трудоспособном возрасте (экономически активное население), которое способно быть вовлечено в процесс производства.

Производство туристического продукта в силу специфики самого туристического продукта (связанной, прежде всего, с необходимостью личностного контакта производителей и потребителей услуг) является трудоемким процессом, то есть требующим вовлечения в него значительного количества трудовых ресурсов определенного качества (обладание умениями и профессионализмом). Следовательно, роль трудовых ресурсов в туризме трудно переоценить.

Трудовые ресурсы обладают рядом характеристик, таких как мобильность (способность к смене места нахождения и сферы приложения), автономность (параллельное сосуществование многочисленных региональных рынков рабочей силы, отличающихся друг от друга по своим параметрам), сегментированность (трудовые ресурсы можно классифицировать, например, по таким критериям, как уровень образования, опыт работы, личные качества работников и т.д.).

¹ Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. М., 1995.



Любой работник, становясь фактором производства, в том числе и туристического продукта, привносит с собой определенную ценность, передаваемую в процессе производства товару. Объем этой ценности напрямую зависит от так называемого человеческого капитала, который, согласно учений Г. Беккера, Я. Минсера, Т. Шульца (школа социальной экономики), накапливается человеком в течение всей его жизни. Согласно данным учений работник пытается максимизировать свои доходы за весь жизненный цикл, решая вопрос об инвестировании времени и средств в повышение собственных производительных возможностей путем получения образования и накопления опыта. На первом этапе решившийся на такое инвестирование несет двойные потери: платит за обучение и временно теряет доход. Впоследствии эти потери должны компенсироваться повышенным вознаграждением благодаря накопленному «человеческому капиталу».¹

Человеческий капитал неоднороден по своей сути. Условно его можно разделить на социальный и естественный. Социальный капитал, как следует из названия, характеризует степень предназначенности и соответствия конкретного человека конкретному типу производства с позиций его образования, опыта, навыков, знаний и умений (то есть, всего того, что можно приобрести в течение жизни благодаря просвещению, коллективному труду и жизни в обществе). С другой стороны, естественный человеческий капитал также определяет степень соответствия человека конкретному типу производства, но уже с позиций врожденных характеристик (склад мышления, темперамент, обаятельность, внешний вид, способы проявления эмоций, сексуальность и т.д.). Естественный капитал нельзя приобрести в результате работы или обучения, а в условиях общественной жизни возможна лишь корректировка отдельных врожденных характеристик (например, формирование особого имиджа или стиля человека под воздействием семьи, школы, социальных групп и т.д.).

Таким образом, чем в большей степени естественный и социальный капиталы человека соответствуют требованиям

¹ Радаев В.В. Экономическая социология. М., 1998.

процесса производства, тем большую ценность имеет сам человек как фактор этого производства, и наоборот.

Из классификации человеческого капитала на естественную и социальную компоненты следует что:

- чем доступнее и дешевле профессиональное образование в регионе,
- чем моложе и новее для региона конкретная сфера производства,
- чем больше в процессе производства непосредственных контактов с людьми,

тем сильнее влияет на ценность человеческого труда, как фактор производства, естественная составляющая его капитала.

Процесс производства туристического продукта во многом уникален благодаря своей индивидуализированности, поскольку только наличие индивидуального подхода к каждому туристу позволит поддерживать максимально высокое качество туристического продукта (в противном случае возникает эффект массовости и поточности туристического обслуживания). Это вместе с необходимостью обладания определенными знаниями и профессионализмом делает одинаково важными и определяющими ценность труда как фактора производства естественный и социальный капиталы человека. В определенных условиях производства туристического продукта (например, при полном отсутствии необходимого образования или молодости туристической индустрии в стране или регионе, что, к примеру, наблюдалось в условиях России конца 90-х годов) при выборе работников упор делался в пользу именно естественного человеческого капитала (приятный внешний вид, томный взгляд, запоминающийся голос, молодой возраст и т.д.). С другой стороны, даже в условиях производства туристического продукта, характеризующихся наличием возможностей для получения специального образования в сфере туризма, а также солидным возрастом туристической индустрии), естественная компонента человеческого капитала, по причине необходимости личностного контакта как с туристами, так и с коллегами, была и остается весьма учитываемой и приоритетной (поскольку в противном случае труд человека даже и получившего специаль-

ное образование и имеющего длительный опыт работы в туризме как фактор производства может потерять свою ценность)¹.

Также можно отметить, что существенная роль труда как фактора производства туристического продукта объясняется и отсутствием возможностей автоматизации туристического производства, в связи с необходимостью сохранения индивидуального подхода к каждому туристу или партнеру, что представляется возможным только при наличии человека, как основного звена производства турпродукта.

1.2. СРЕДСТВА ПРОИЗВОДСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Средства производства туристического продукта есть предметы материального или нематериального мира, организации, объединения или информация, позволяющие эффективно осуществлять производство туристического продукта. В отличие от факторов производства (которые, как уже было сказано, могут быть вовлечены в процесс производства, а могут и оставаться в его резерве) средства производства постоянно задействованы в производственном процессе и специально для этого создаются.

В состав средств производства туристического продукта можно отнести три основные составляющие – инфраструктуру, супраструктуру туристической индустрии и информационное поле.

Инфраструктура туризма – есть составная часть экономической системы, обеспечивающая нормальную и эффективную деятельность туристической индустрии, предназначенная непосредственно для использования в процессе производства, продвижения и продажи туристического продукта и напрямую зависящая от состояния туризма в регионе. Элементами инфраструктуры туризма выступают:

¹ Данное утверждение легко подтвердить существующей на практике высокой степени зависимости качества туристических услуг (как категории, оцениваемой, в первую очередь, туристом) от личных характеристик гидов, экскурсоводов, сопровождающих, менеджеров туристических фирм.

- материальная база специализированных субъектов хозяйствования (туристических операторов, агентов, производителей товаров туристского потребления, экскурсионные бюро);
- система государственных органов, способствующих созданию правовой базы, контролю и регулированию туризма в регионе (соответствующие государственные предприятия, организации, учреждения);
- система некоммерческих и коммерческих организаций, предприятий и учреждений, функционирующих в целях поддержки и развития туризма в регионе (туристические биржи, выставки, ярмарки и т.д.).

Супраструктура туризма — это часть экономической системы, также обеспечивающая эффективное функционирование туристической индустрии, производство качественного и привлекательного туристического продукта, но изначально предназначенная для удовлетворения потребностей как туристов, так и других потребителей на рынке, косвенно зависящая от состояния туризма в регионе. Супраструктура призвана не только участвовать в производстве туристического продукта, у нее есть еще целый ряд экономических или социальных функций. Однако, становясь вовлеченными в процесс производства туристических услуг в качестве средства производства, элементы супраструктуры становятся опосредованно (обычно через состояние потребительского рынка) зависимыми от уровня развития туризма в регионе.

Элементами супраструктуры туристической индустрии выступают:

- материально-техническая база ряда субъектов хозяйствования (отели, транспортные компании, жилищно-коммунальный комплекс, предприятия общественного питания и т.д.);
- государственные структуры или организации (связь, почта, телеграф, дороги);
- иностранные государственные учреждения, представительства (консульские службы).

Для того чтобы стать средствами производства туристического продукта, элементы ее инфраструктуры и супраструктуры должны обладать следующими характеристиками:

- располагаться в непосредственной близости от факторов производства туристического продукта (именно наличие инфраструктуры и супраструктуры делает туристические ресурсы доступными, а путешествия к ним комфортными и безопасными, что и повышает их ценность как фактора производства туристического продукта);
- соответствовать определенному уровню качества (как национального, так и международного стандартов);
- иметь возможности к расширению, модернизации и модификации.

Все элементы и инфраструктуры и супраструктуры взаимосвязаны друг с другом, что и позволяет эффективное функционирование единой туристической индустрии. Типы взаимосвязей между отдельными элементами супраструктуры и инфраструктуры можно условно разделить на непосредственные и опосредованные. К непосредственным типам взаимосвязи этих элементов относят денежные или финансовые (подразумевающие взаимные расчеты), клиентские (обмен клиентами и поставка клиентов друг другу), корпоративные (в случае единства менеджмента), трудовые (переход работников из одного предприятия на другое). Опосредованные взаимосвязи между элементами туристической инфраструктуры и супраструктуры осуществляются через бюджет посредством фискальной политики властей (например, взаимосвязи между отелями, транспортными компаниями, государственными или муниципальными дорожными службами и ЖКХ) либо через доходы местного населения (например, развитие отдельных элементов инфраструктуры или супраструктуры дает местным жителям дополнительные заработки, превращая их в активных клиентов других предприятий туристической индустрии).

В условиях современного туризма взаимоотношения между предприятиями, образующими инфраструктуру и супраструктуру туристической индустрии, характеризуются следующими тенденциями:

- растущей зависимостью предприятий супраструктуры от состояния туризма в регионе (многими теоретиками отели или авиакомпании уже относятся к предпри-

ятиям инфраструктуры туризма¹, хотя изначально они таковыми не являлись);

- «обрастанием» туристической индустрии все новыми и новыми предприятиями супраструктуры (к примеру, таковыми в настоящий момент уже стали банковские учреждения, страховые компании, компании проката автомобилей, производители фотопленки и т.д.), что объясняется ростом экономического эффекта развития туризма;
- становлением элементов туристической инфраструктуры элементами супраструктуры других сфер производства (к примеру, туроператоры превращаются в консультантов судостроителей или авиаконструкторов, рестораны – заказчиками сельскохозяйственных производителей и т.д.).

Информационное поле – как средство производства туристического продукта представляет собой совокупность средств и способов передачи туристической или деловой информации на расстояние. Информация в настоящее время является как производственным ресурсом, позволяющим определить коррективы при создании максимально привлекательного туристического продукта, так и единственным способом продвижения туристического продукта на мировом туристическом рынке.

Условно туристическую информацию можно классифицировать на входящую, представляющую интерес самого производителя туристического продукта (сведения о прибывающих туристах, информация о маркетинговых исследованиях потребителей туристического рынка, о международной ситуации и т.д.), и исходящую, отражающую интересы производителя турпродукта (сведения о туристических ресурсах и конкурентных преимуществах туристического продукта, специализированная и деловая информация, реклама и т.д.).

Для того чтобы стать максимально эффективным средством производства туристического продукта, информационное поле должно отвечать ряду требований:

¹ Папирян Г.А. Экономика туризма. М., 2000.

- быть максимально мобильным и оперативно реагентным;
- быть надежным и исключаяющим возможные помехи в коммуникациях;
- отличаться широтой охвата;
- быть доступным для максимального количества пользователей.

1.3. ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Технологии производства туристического продукта представляют собой совокупность знаний, опыта и методик, систематизированных, алгоритмизированных, но с определенной возможностью креативности, способных к использованию в процессе производства туристического продукта.

По сфере применения технологии производства туристического продукта можно разделить на непосредственно производственные (например, схемы взаимодействия туроператоров с поставщиками туристических услуг, консульскими службами иностранных государств), организационные (организация и разделение труда), маркетинговые (рекламная стратегия, брэндинг, методика проведения маркетинговых исследований).

В зависимости от авторства технологии могут быть собственными (авторскими, фирменными) или заимствованными (в результате обмена опытом, обучения или стажировки).

Также технологии могут быть стандартными (популярными и распространенными) и креативными (оригинальными).

Максимально эффективные технологии производства туристического продукта должны быть:

- адекватными специфике местного туристического бизнеса, потребностям партнеров и требованиям потенциальных клиентов;
- гибкими и способными к модификации в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры;

- отвечающими потребностям производства и имеющимся в наличии производственным факторам.

Таким образом, производство туристического продукта — есть процесс создания на основе факторов производства (туристические ресурсы, капитал и трудовые ресурсы) и средств производства (инфраструктура, супраструктура, информационное поле) при помощи технологий готового к потреблению потенциальными туристами комплекса туристических услуг.

Глава II

ЕСТЕСТВЕННЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СТРАН В ПРОИЗВОДСТВЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА И МЕТОДИКА ИХ ОЦЕНКИ

2.1. ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СТРАНЫ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Экономико-географическое положение является стратегическим ресурсом государства и характеризуется совокупностью географических, экономических и исторических факторов. Это динамическая характеристика, ее значение меняется во времени в зависимости от перемен, происходящих в мирохозяйственной системе, уровня использования достижений в области научно-технического прогресса и других факторов.

Экономико-географическое положение обладает количественными и качественными характеристиками, может быть выгодным или нет. Будучи по своей значимости национальным достоянием, оно не может принадлежать ни одному конкретному региону страны.

В основе экономико-географического положения лежит историческое развитие конкретного географического объекта. В разные исторические эпохи одно и то же физико-географическое положение может быть использовано весьма различно и может иметь совершенно разные значения.

К примеру, развитие мореплавания выделило на первые места в прогрессе цивилизаций страны, имеющие выход к морям; развитие промышленности — государства, обладающие определенными стратегическими ресурсами; трубопроводного и воздушного транспорта — государства, занимающие выгодное транзитное положение (например, между стра-

нами — крупнейшими потребителями и производителями) и так далее.

Экономико-географическое положение государства непосредственно воздействует на формирование в ней национальной туристической индустрии, на степень участия государства в международном производстве туристического продукта и генерацию туристических потоков. Можно выделить несколько характеристик экономико-географического положения страны, оказывающих наиболее существенное воздействие на развитие туризма.

Прежде всего, это соотношение площади государства и длины его сухопутных границ, который можно условно называть коэффициентом «компактности» страны. Идеальным коэффициентом компактности является государство, очертания которого имеют форму, близкую к кругу. В этом случае расстояния от географического центра страны до ее границ приблизительно равны, а, следовательно, различные регионы страны одинаково доступны для прибывающих туристов. Равнозначная удаленность регионов страны от ее центра позволяет национальной туристической индустрии разрабатывать различные туры (отличающиеся как по назначению, так и по дестинации), а следовательно, формировать богатый ассортимент туристического предложения и достигать определенной степени конкурентоспособности на мировом туристическом рынке. Однако данное утверждение подходит лишь для тех стран, внутренние территории которых не пересечены естественными преградами и предлагают комфортные условия для проживания. К примеру, близки к идеальной форме территории Чехии и Венгрии. При этом ландшафты в этих государствах (в виду их скромных размеров на карте мира) примерно одинаковые повсеместно. Это позволяет, к примеру, чехам принимать туристов, прибывающих в транспортный узел Праги, и далее организовывать разнообразные программы в любом географическом направлении от столицы страны (на севере — развивать горнолыжный, на юге — деловой, транзитный, на западе — бальнеологический, на востоке, как и в самой Праге — познавательный туризм). С другой стороны, близкая к идеальной форма Австралии из-за наличия в центре страны пустынь и особен-

ностей исторического развития континента, привела к рассредоточению основных городов и туристических зон вдоль побережий. При этом расстояния между центрами расселения австралийцев могут достигать тысяч километров.

Чем меньше коэффициент компактности (ниже площадь государства и длиннее ее сухопутные границы), тем сильнее ее территория растянута либо вдоль меридианов (Бразилия, Аргентина, Мексика, Италия, Швеция, Финляндия, Тунис), либо параллелей (Россия, Турция, США, Канада). «Вытягивание» территорий государств удаляет друг от друга их крайние точки. В случае, если площадь государства небольшая, факт вытянутости территории не играет существенной роли (к примеру, вытянутость Австрии или Швейцарии вдоль параллелей в целом не сказываются негативно на развитии в них туристического производства, поскольку даже максимальные расстояния между границами не превышают полутора тысяч километров). В противном же случае, национальная туристическая индустрия в стране не сможет развиваться параллельно на всей огромной и вытянутой территории, будет рассеиваться в виде отдельных очагов и ареалов, концентрируясь вокруг наиболее уникальных туристических ресурсов и крупных транспортных узлов.

К примеру, в Китае выделено несколько зон приоритетного развития туризма (побережья Желтого моря, Южно-Китайского моря с островами, «туристический треугольник» — Пекин, Великая Китайская Стена, Лоян, Сиань, а также сравнительно недавно появившиеся регионы развития экстремального, экологического и познавательного туризма в долине Хуанхэ и Тибете); в России исторически сформировались четыре ведущие зоны въездного туризма — Центр (Москва, города «Золотого кольца»), Северо-Запад (Санкт-Петербург, Карелия, Новгородская область), Иркутская область (побережье Байкала) и Приморский край; в США — крупные туристические агломерации находятся на юге страны в штатах Калифорния и Флорида, познавательный туризм развивается в основном внутри полосы — Бостон — Нью-Йорк — Филадельфия — Вашингтон.

В территориально крупных государствах и продолжительными сухопутными границами развивать туристическую

индустрию в комплексе, в рамках единой туристической системы практически нигде не удавалось. Регионы страны, охваченные туристическим производством, в основном развиваются автономно и параллельно, предлагая на мировом рынке собственный турпродукт. Комбинированные туры по всей стране такого типа невозможны в принципе (например, из-за отсутствия прямого транспортного сообщения между отдельными ее регионами), либо стоят весьма дорого и потому не являются массовыми. Бесспорны преимущества отдельных европейских стран, которые обладают сравнительно небольшими территориями, компактным расположением, что позволяет им развивать туристическую индустрию в комплексе, открывает возможности комбинирования туров, расширения ассортимента туристического предложения и планомерно охватывать туристической деятельностью всю территорию страны.

Можно также отметить, что государства, территории которых имеют меридиональную направленность находятся в несколько более выигрышном положении — в них более выражена смена ландшафтов и разнообразие климатических поясов, а, следовательно, туристическая привлекательность страны выше.

Отдельным важным компонентом экономико-географического положения страны можно выделить протяженность ее сухопутных границ, степень удаленности от границ основных городов и курортов, а также численность и экономическую социальную характеристику государств, с которыми имеет общую границу. Чем длиннее сухопутная граница, тем большее количество переходов можно на ней организовать (это расширяет пропускную способность национальной туристической индустрии), тем больше возможностей для развития приграничной торговли и туризма. К примеру, длительная сухопутная граница между Китаем и Россией, а также приближенность к ней городов российской Сибири и Дальнего Востока, как и городов северных провинций Поднебесной, стимулирует взаимные туристические обмены (китайцы — первые по численности в списке туристов, посещающих РФ). По аналогичной причине развивается туризм из Германии в Польшу, Чехию, Австрию, Швейцарию, Францию; из США — в Мексику; из Франции — в Испанию и так далее.

При анализе границ необходимо также учитывать, прежде всего, экономическое положение стран-соседей. Безусловно, наличие границ с экономически развитым государством (или стремительно развивающимся) будет способствовать росту въездного туризма (как, например, в парах: Китай – Россия, США – Мексика, Франция – Испания, Германия – Польша). Границы же с экономически слабыми странами будут стимулировать обратный процесс (выездной туризм) из-за неравномерности стоимости туристического обслуживания.

В настоящее время важным становится транзитное положение стран, особенно между государствами – крупными производителями и потребителями определенных видов товаров. В этом случае территория государства может использоваться для активного транзита грузов, формируются международные транспортные коридоры как пассажирские, так и грузовые. Так, уникальность географического положения России заключается в том, что с обеих сторон ее огромной территории находятся два колоссальных по объемам производства и потребления рынка мира. На востоке – Япония, Южная Корея и стремительно развивающийся Китай, а на западе – Европейский Союз. Превратившись в мост между двумя частями света и крупнейшую транзитную державу, Россия может получить стимул в том числе и для развития собственного въездного туризма, прежде всего из-за собственной значимости и известности в мировой экономике. К примеру, Турция, несмотря на свою экономическую отсталость от стран ЕС, никогда не была «страной, не достойной внимания», только по той причине, что с момента основания Османской Империи контролировала торговые пути из Европы на Ближний Восток, а также морские пути из Черного моря в Средиземное. Аналогичным образом шло (и идет) развитие Сингапура, Египта, Панамы и других стран, территории которых располагаются в важнейших транзитных узлах.

Выход территории государства к морю – наиболее важная характеристика ее экономико-географического положения. А наличие у государства выхода к морям, по акватории которых проложены важнейшие водные маршруты – основной залог успеха ее экономического и туристического развития. Межконтинентальными морскими путями сегодня по-

крыты в большей степени Тихий и Атлантический океан (в виду колоссальных объемов грузооборота между США, странами АТР и Европы). Важнейшие морские пути пересекают Атлантику (от 60 параллели до Северного тропика), что определяет наличие крупных портов на Средиземном (Генуя, Неаполь, Марсель, Барселона), Балтийском (Санкт-Петербург, Гамбург), Северном (Роттердам, Антверпен) морях, Атлантическом побережье Европы (Лондон, Лиссабон, Гавр), США (Нью-Йорк) и стран Центральной и Латинской Америки. На Тихом океане активно развивается судоходство между Японией, Китаем, Южной Кореей и США. В Индийском океане главный морской путь проходит в его северной части и соединяет Малаккский пролив (транзит в Тихий океан, порты Джакарта, Сингапур) с Суэцким каналом (Египет, порты Порт-Саид, Суэц), ответвляясь в направлении стран-экспортеров нефти в Персидском заливе (порты Дубай, Кувейт, Абадан, Эд-Даммам, Манама, Маскат). Особую позицию на карте международного морского транзита занимают Панама (транзит из Атлантики в Тихий океан через Панамский канал) и Египет (транзит из Красного в Средиземное море), а также страны, расположенные по берегам проливов, соединяющих моря и океаны (Дания, Швеция, Норвегия, Испания, Марокко, Турция, ЮАР, Аргентина, Чили, Индонезия, Йемен, Оман).

Помимо транспортных преимуществ, выход государства к морю или океану, формирует комплекс дополнительных туристических ресурсов, способных быть задействованными в национальном туристическом производстве (морские ландшафты, климатические курорты). При этом протяженная береговая линия с большим количеством бухт и заливов (что предполагает наличие отмелей), расположенная в тропическом или субтропическом поясе, — однозначно подтверждает радужные перспективы страны как направления пляжного туризма.

Россия, несмотря на то, что она имеет выход к 12 морям (из них 3 — бассейн Атлантического океана, 3 — Тихого, 6 — Северного Ледовитого), тем не менее, слабо участвует в формировании и функционировании мировых морских транспортных коридоров. Большинство морей, омывающих территорию РФ, замерзающие и имеют весьма ограниченное су-

доходство. Реальное участие в международных морских транспортных перевозках принимают отдельные регионы нашей страны — Приморский край (Находка, Владивосток, расположенные в рамках тихоокеанских морских транспортных коридоров), Ленинградская область (Балтийское побережье) и порты Краснодарского края на Черном море (Туапсе, Новороссийск).

С точки зрения туристического потенциала, имеют высокий уровень привлекательности лишь побережья четырех морей (Японского, Балтийского, Черного и Азовского), климатические особенности которых позволяют развитие вдоль берегов пляжных и бальнеологических курортов. Купальный сезон в остальных прибрежных морях отсутствует вовсе.

Сухопутные транспортные коридоры формировались столетиями. В рамках важнейших из них зарождались и развивались города, расцветали и приходили в упадок государства, велись захватнические войны. Практически все наиболее густо заселенные территории мира располагаются в рамках сухопутных торговых, а позднее и пассажирских транспортных коридоров. Эти коридоры сегодня представляют собой оси экономического развития государств, вдоль которых сконцентрирован их промышленный, научный и культурный потенциал. Не удивительно, что туризм (в особенности, познавательный, деловой, зрелищный и событийный) развивается во многом внутри этих транспортных коридоров.

Важнейшие сухопутные транспортные коридоры мира:

- три оси развития Европы (Лиссабон — Мадрид — Лион — Мюнхен — Варшава — Рига — Хельсинки — Тампере; Лондон — Париж — Женева — Милан — Рим; Амстердам, Антверпен, Брюссель — Рурская область — Прага-Вена — Будапешт — Белград — София — Стамбул);
- пан-американская ось (Монреаль — Оттава — Торонто — Нью-Йорк — Вашингтон — Чикаго — Сент-Луис — Денвер — Сан-Франциско — Лос-Анджелес — Гвадалахара — Мехико — Манагуа — Сан-Хосе — Панама — Богота — Кито — Лима — Ла-Пас — Асунсьон с дальнейшим раздвоением на Рио-де-Жанейро, Сан-Паулу и далее на север Бразилии и на Монтевидео, Буэнос-Айрес с выходом на Сантьяго);

- Великий Шелковый путь (Стамбул – Дамаск – Багдад – Тегеран – Самарканд – Алма-Ата – Китай);
- пан-азиатская ось (Стамбул – Южный Иран – Карачи – Дели – Калькутта – Дакка – Янгон – Бангкок – Сингапур – Джакарта с выходом на Восточное побережье Австралии);
- пан-африканская ось (Александрия – Каир – Хартум – Аддис-Абеба – Найроби – Дар-эс-Салам – Лусака – Хараре – Претория – Йоханнесбург – Кейптаун).

В рамках предложенных сухопутных транспортных коридоров в основном и развивается современный познавательный, деловой и иные виды городского туризма, поскольку расположенные в их рамках населенные пункты не только транспортно доступны, но и концентрируют основной культурный, экономический, научный ресурс стран.

На территории России присутствуют несколько важнейших (в глобальном масштабе) сухопутных транспортных коридоров. Прежде всего, это один из самых длинных коридоров, в рамках которого формировались и развиваются все крупные города Сибири и Дальнего Востока – Транссиб (Москва – Владивосток); а также меридиональные оси развития европейской части нашей страны – так называемая славянская ось развития (Санкт-Петербург – Новгород – Минск – Киев – Одесса); транспортный коридор – граница с Финляндией – Санкт-Петербург – Москва – Поволжье – побережье Каспийского моря – Северный Иран и Архангельск – Москва – Воронеж – Ростов-на-Дону – граница с Грузией.

В современных условиях на развитие туризма в странах влияет и расположение их территорий относительно важнейших воздушных транспортных коридоров. В рамках воздушных коридоров развиваются авиатранспортные узлы, аэропорты, которые превращаются в хабы – центры международного воздушного транзита. Наличие на территории государства такого центра воздушных сообщений – важный шаг на пути к построению конкурентоспособной национальной туристической индустрии, поскольку страна становится транспортной доступной для туристов практически из всех стран мира.

К примеру, в рамках транс-европейских авиалиний активно развиваются транзитные аэропорты Франкфурта-на-

Майне, Вены (транзит в государства Африки, Северной Америки, Азии), Шеннона, Лондона, Парижа (транзит в страны Северной Америки), Мадрида (транзит в Латинскую Америку), Милана (транзит в страны Северной Африки), Москвы (транзит в страны Азии, СНГ). В Азии крупные хабы – Сингапур, Бомбей (транзит Европа – Австралия), Дубай, Доха (транзит Европа, Россия – страны Азии, Африки, Океании), Стамбул (транзит Европа – Ближний Восток), Ташкент (транзит Европа, Россия – Юго-Восточная Азия). В Африке крупнейшие хабы обеспечивают транзит из Европы в направлении стран Латинской Америки (Дакар, Касабланка). Трансатлантический транзит (параллельно с европейскими аэропортами) обеспечивают хабы Чикаго, Нью-Йорка, Атланты, Рио-де-Жанейро, Буэнос-Айреса. Транзит через Тихий океан – Шанхай, Гонконг, Лос-Анджелес, Сиэтл, Гонолулу. Неравномерность распространения воздушных транспортных коридоров подтверждается тем, что на карте мира есть государства, весьма удаленные от потока воздушного транспорта в силу либо специфики своего географического положения (Исландия, Швеция, Австралия, Новая Зеландия), либо экономических характеристик (государства Центральной Африки, Латинской Америки). Чаще всего туризм в таких государствах (по крайней мере, въездной) практически не развивается.

Следовательно, при анализе экономико-географического положения страны как производителя туристического продукта необходимо учитывать:

- площадь страны и длину ее сухопутных границ;
- экономико-социальную оценку стран, с которыми анализируемое государство имеет общую сухопутную границу, а также удаленность основных сухопутных транспортных коридоров от этих границ;
- наличие у страны выхода к морям;
- особенности рельефа, климатического режима и природных ландшафтов страны;
- расстояние между крайними точками территории государства;
- положение страны на карте мировых сухопутных, морских и воздушных транспортных коридоров.

Эти данные позволяют сформировать начальные сведения относительно туристического потенциала анализируемой территории и перспектив развития туристического производства в ней.

2.2. ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СТРАНЫ КАК ФАКТОР ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ландшафты

Характеристика ландшафта территории первостепенна для оценки перспективности развития в ней туризма, прежде всего потому, что характеристики ландшафта непосредственно определяют особенности природы и климата, формируют внешний образ окружающей среды, формируют ее эстетическую ценность. Структура и типология ландшафтов определяющим образом воздействуют на популярность в отдельной стране или ее регионе того или иного типа туризма (пляжного, горнолыжного, экстремального, экологического и так далее). Во-вторых, особенность ландшафтов определяет условия создания туристической инфраструктуры – возможность строительства, подведения коммуникаций, сооружения дорог и транспортных центров. Сильно изрезанный рельеф, обилие каньонов, рек затрудняют доступ туристов к ресурсам, многократно увеличивают себестоимость строительства туристических объектов, сокращают пропускную способность курортов и туристических центров. Ограничивающее воздействует на туризм и повышенная сейсмическая активность, возможности схода лавин, разливов рек и иные характеристики ландшафтов.

По этой причине наиболее соответствующими потребностям туристов будут являться ландшафты, которые с одной стороны аттрактивны, в первую очередь в виду яркой выраженности чередования форм рельефа, богатства местной природы, с другой – соответствуют нормативам жилищного строительства и обеспечения необходимой социальной инфраструктуры.

Пространственное размещение курортов и туристических центров позволяет сделать ряд выводов относительно воздействия ландшафтов на туристический потенциал территорий.

Прежде всего, подавляющее количество рекреаций расположено в районах стыка ландшафтов различного типа. Так, на стыке низко- и среднегорного и приморского (приозерного) ландшафтов располагаются в основном туристические зоны Европы, России, отдельных стран Азии и Америки. В государствах Африки и Ближнего Востока активно используется сочетание пустынного, низкогорного и приморского ландшафтов. Резкие ландшафтные различия формируют крайне высокую эстетическую значимость рекреаций (например, гористые берега морей, или обрывающаяся в море степь или пустыня). Наличие равнинного пространства на стыке ландшафтов (переход одного ландшафта в другой) позволяет осуществлять строительство туристической инфраструктуры.

Не менее популярным является в туризме и средне- и высокогорный ландшафт. Он используется для лечебно-оздоровительного отдыха, спортивного туризма, горнолыжного катания, спелеотуризма и альпинизма. Для лечебно-оздоровительного отдыха наиболее благоприятным является крупно-холмистый и грядовой рельеф и пересеченная местность (несет эстетическую нагрузку). При этом склоны должны быть устойчивыми и неподвержены эрозии. Для горного туризма и альпинизма необходим горный рельеф: скалы, ледники, снежники. Высота местности не должна превышать 3000–3500 м.

Маршруты в условиях таких ландшафтов обычно проходят на разных высотных уровнях с различными формами рельефа. При выборе и составлении маршрута необходимо учитывать физические и психологические особенности участников.

Ледники также представляют интерес для горного туризма. Восхождение на ледник осуществляется по языку ледника, по конечной морене, по гребню боковой морены и по склону долины. Особую опасность и лимитирующее воздействие на развитие туризма здесь представляют:

- лавины (сплошной поток из снега и льда, спускающийся с какой-либо вершины по ущельям на равнину со скоростью около 100 м/с);

- карнизы (возникают из-за завихрений снега, легко обламываются, т.к. под ними пустота);
- разнородность снежного покрова.

Ресурсами спелеотуризма являются карстовые ландшафты. При их использовании необходимо учитывать характер пещер: так горизонтально простирающиеся и имеющие ряд выходов на поверхность могут быть использованы для экскурсий неподготовленных людей, а вертикально простирающиеся и имеющие один выход требуют специального оборудования и подготовки.

Для горнолыжного катания необходим холмистый, со средним уклоном 15 %, рельеф (возможность прокладки разнообразных трасс на сравнительно небольшой территории). Для успешного развития курорта необходимо, чтобы там были трассы как для новичков, так и для любителей и профессионалов (пересечение трасс разных уровней не допустимо).

Особенностями развития туризма в горных ландшафтах является сравнительно невысокая степень развития туристической инфраструктуры, сооружение которой в столь сложных условиях, прежде всего, рельефа, требует существенных капиталовложений и оригинальности инженерных идей. В связи с этим в условиях горного ландшафта туристическая инфраструктура развивается точечно, эффективно вписывается в редко предоставляемые рельефом возможности для строительства (низины, поймы горных рек, поляны), учитывает возможность появления опасных природных явлений.

В современном туристическом производстве активно используются уникальные ландшафты, редко встречающиеся в других регионах мира. Именно они во многом создали конкурентные преимущества отдельных государств и туристических регионов. Особенности таких ландшафтов позволяют развивать экстремальный и экологический туризм, для чего не требуется колоссальной и разнообразной туристической инфраструктуры. Примерами можно назвать появление рекреаций вдоль норвежских фьордов, лыжных курортов на Камчатке, центров экологического и экстремального туризма в пустынях Африки, нагорьях Азии, степях России, озерном крае Финляндии и так далее.

Водные ресурсы развития национального туризма

Водные ресурсы используются для пляжно-купального отдыха и для спортивного туризма (рафтинг, серфинг, сплав на байдарках, лодках, каяках и т.п.).

Пляжно-купальный отдых организуется на берегах морей, озер, рек и искусственных водоемов (прудов, водохранилищ, карьеров). При их оценке рассматриваются условия подхода к воде, наличие пляжной полосы, характер дна, скорость течения (для реки), преобладание слабого волнения на крупных водоемах, температурный режим (18–26°C).

Наличие отмели необходимо для пляжно-купального отдыха, так как не каждый отдыхающий умеет плавать и не каждому отдыхающему показано быстрое погружение в воду. Однако чрезмерно большие мелководья являются также существенным недостатком, поскольку туристам до погружения в воду приходится проходить по мелководью 100 и более метров, что снижает качество отдыха на этих побережьях.

Пляжи – основной показатель качества побережья как туристического ресурса. Сегодня существует множество методик оценки качества пляжей и перспектив их включения в массовое туристическое производство. В основе всех их следующие критерии и характеристики:

- размер (длина и ширина), определяющий максимальную пропускную способность пляжа. Особенно важно соотношение длины и ширины пляжа, в качестве идеала установлен норматив – 3:1, что означает, что длина идеального пляжа должна быть в три раза больше его ширины. Если ширина превосходит длину, это увеличивает нагрузку на линию прибоя (больше людей одновременно находятся в воде) и снижает качество пляжного продукта. Если же пляж очень узкий и вытянутый вдоль кромки воды, то это сокращает возможности по организации пляжной инфраструктуры и пляжного сервиса на курорте;
- угол наклона дна. Глубоководные пляжи, во-первых, ограничивают контингент купальщиков (за счет, например, детей, тех, кто не умеет плавать или тех, кому не рекомендуется резкий вход в холодную воду), во-

вторых, на них существенно увеличивается нагрузка на прибрежную полосу — она сокращается из-за глубоководного дна, заставляя купальщиков концентрироваться на небольшом пространстве. Мелководные пляжи тоже имеют свои недостатки. Например, как уже было сказано выше, вход в воду на таких пляжах требует от человека приложения физических усилий. Вода на отмелях может цвести, быть более мутной, что в целом сокращает привлекательность пляжного туристического ресурса;

- качество пляжа и дна. Качество пляжа определяет, прежде всего, степень комфортности пляжного отдыха и также является неотъемлемой характеристикой окружающего ландшафта. Сегодня можно выделить следующие типы пляжей, каждый из которых имеет как свои преимущества, так и недостатки: крупногалечные, мелкогалечные, ракушечные, песчаные. Так, например, песчаные пляжи привлекательны для отдыхающих с детьми (более простой и комфортный вход в воду), с другой стороны, на песчаных пляжах весьма возможно наличие отмелей, замутнения воды, бедная флора и фауна моря (что ограничивает возможности для дайвинга и занятия отдельными видами водного спорта). При сильном бризе на таких пляжах (особенно широких) возможно появление пыли и даже небольших «песчаных» бурь. Каменистые (крупно- и мелкогалечные) пляжи могут быть менее комфортными и даже небезопасными (например, во время шторма) для купальщиков, однако в штиль вода у их побережий будет более прозрачной, а морская флора и фауна более разнообразными.

В отдельных регионах применяют практику искусственного засыпания пляжей. В этом случае качество пляжа и дна могут существенно различаться, например, пляж может быть песчаным, а дно — крупногалечным.

- подходы к пляжу. Пляжи могут располагаться в труднодоступных местах, а доступ к ним — требовать преодоления определенных естественных преград. Чаще всего такими преградами выступают неровности релье-

ефа, в связи с чем посещение пляжа требует приложения физических усилий курортниками (спуск на пляж, потом — подъем в гору). Качество пляжа зависит от того, насколько сложными являются данные естественные преграды, а также от того, есть ли возможности искусственно их уменьшить или устранить (например, постройкой системы лестниц, дорог, лифтов);

- безопасность купания. Данный критерий характеризует, во-первых, степень соответствия прибрежной воды требованиям санитарной безопасности (отсутствие промышленных предприятий, портов, канализационных стоков); во-вторых, отсутствие естественной опасности для купальщиков. Последняя определяется как возможностями волнения моря (океана, реки) — штормы, смерчи, течения, так и особенностями флоры и фауны водоема (присутствие в пределах купания опасных морских животных и растений). На пляжах высокого уровня качества обязательно присутствие спасателей, системы оповещения отдыхающих, разработка плана эвакуации посетителей пляжа на случай возникновения опасности;
- наконец, уровень развития пляжной инфраструктуры, в состав которой включаются транспорт (организация доставки на пляж и обратно), необходимые коммуникации (вода, канализация, электричество), а также индустрия пляжного сервиса (общественное питание, лежаки, зонты), пляжных видов спорта и отдыха (бассейны, аквапарки, пункты проката спортивного инвентаря).

Практически во всех государствах, вовлеченных в производство массового пляжного продукта, существуют национальные системы сертификации и стандартизации пляжей. Наиболее известной из них является европейская, принятая повсеместно в государствах ЕС. Пляжам, соответствующим своими характеристиками более чем 30 критериям государственных требований и нормативов, присуждают так называемый «Голубой флаг». При этом экспертная оценка пляжей производится не реже чем один раз в году.

Наиболее благоприятными для развития пляжного туризма являются океаны и моря — они имеют довольно боль-

шую площадь акватории, глубину и протяженность береговой линии, однако их использование ограничено наличием доступа к ним страной или регионом. В связи с этим практически все государства, имеющие береговую линию, ландшафт и природные особенности которой позволяют развивать пляжный отдых, активно вовлечены в туристическое производство. К примеру, протяженные береговые линии Испании, Италии, Греции, Турции, Таиланда, Египта, Бразилии стали основой для разработки туристической стратегии этих государств и ее успешной реализации.

В современном мире приморские пляжные курорты распространены, в большей части, в субтропических поясах южного и северного полушария. При этом самая большая концентрация пляжных рекреационных зон находится между 46 параллелью широты и тропиками (курорты Средиземноморья, Ближнего Востока, побережья Азовского, Черного, Красного, Восточно-Китайского, Южно-Китайского, Карибского морей, Атлантического и Тихого океана). Ближе к экватору (между тропиками) располагаются лишь точечные курортные зоны Таиланда, Индонезии, Океании и стран Латинской Америки. Формирование поясов пляжных курортов в субтропической зоне вызвано, прежде всего, особенностями климата (отсутствие экваториальной влажности плюс комфортные условия для купания) и окружающей среды (минимум естественных опасностей для купальщиков). Не менее важным в формировании поясов пляжных курортов стал также фактор их географической близости к развитым государствам (США, Европы, Японии), жители которых и являются основными международными туристами в современном мире (близость сокращает стоимость перевозки, а также время, необходимое на акклиматизацию).

В регионах, лишенных выхода к побережью морей и океанов, может развиваться пляжный туризм на берегах водохранилищ, рек, озер, карьеров.

Водохранилища имеют достаточную площадь и глубину (удобно использовать для спортивного туризма), однако их использование для купания ограничено по ряду причин.

Во-первых, при устройстве водохранилищ затопливаются обширные территории с невырубленными лесами и много-

численными населенными пунктами, что обеспечивает недоброкачественный состав воды в первые годы. Во-вторых, вода имеет здесь застойный характер. Наконец, в-третьих, большинство водохранилищ являются резервуарами с питьевой водой, следовательно, не могут быть превращены в зоны отдыха.

Карьеры также имеют достаточную площадь и глубину (удобно использовать для спортивного туризма), однако их использование для купания может быть ограничено из-за неровностей дна, а также из-за возможности нахождения на дне оставленной техники, что создает неблагоприятные условия для купания. Для начала эксплуатации карьеров в рекреационных целях необходимо вложить значительные средства для очистки и выравнивания дна.

Озера, в особенности крупные, зачастую окружены уникальными и нетипичными для остальной местности ландшафтами (Великие озера, Байкал, Каспийское и Мертвое моря, Иссык-Куль), а также могут иметь размеры, а следовательно и внешний облик, сравнимый с морским пейзажем. Реки, особенно широкие равнинные, с регулируемым или явно не выраженным характером изменения уровня воды (регулярность половодий, наводнений), пляжной полосой, низкой скоростью течения и комфортным для организма человека температурным режимом воды, могут представлять возможности для развития как традиционного пляжного, так и круизного, экологического и экстремального туризма.

Для сплавов на лодках и плотах используются спокойные (семейный отдых) или бурные (экстремальный сплав на каяках, плотах, байдарках и т.п.) реки. Очень удобны для семейного туризма малые реки севера и северо-запада Европейской части России. Они достаточно полноводны для того, чтобы по ним можно было плавать на лодках в течение летнего периода. Многие из них образуют закольцованные маршруты.

Спортивные категорийные сплавы на байдарках, каноэ, катамаранах и плотах проходят по рекам, отличающимся большим количеством препятствий. Сложность маршрута определяется скоростью течения реки, протяженностью маршрута и количеством препятствий (порогов, перекатов, сливов, водопадов).

Влияние климата на туристическую привлекательность региона

Биоклимат зависит от: солнечной радиации (тепло, свет, ультрафиолет), атмосферная циркуляция (перенос воздушных масс), характер подстилающей поверхности (влияет на перераспределение. Например, лед отражает 90 % и усваивает лишь 10 %, а чернозем усваивает 80 %, а отражает 20 %). Климат оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие на организм человека. Положительное воздействие обычно используется в рекреационной деятельности для организации климатолечения. От отрицательных факторов требуется защита в виде климатопрофилактики.

Использование климатических факторов имеет очень большое оздоровительное значение в связи с тренирующим воздействием климата на естественные механизмы стимуляции жизнедеятельности организма, отработанные в процессе эволюции: — люди в процессе исторического развития приспособляются к определенным климатическим условиям. Приспособляемость человека к определенным климатическим условиям называется адаптацией. При перемене климатических условий (при переезде с севера на юг и обратно) организм человека испытывает значительные адаптационные нагрузки, которых в целом следует избегать, а при организации отдыха обязательно учитывать и выбирать сезоны, когда уровень адаптационного напряжения организма будет наименьшим. Привыкание человека к новым климатическим условиям должно происходить постепенно, в течение определенного времени, называемого адаптационным периодом, во время которого следует исключить дополнительные нагрузки на организм (спортивные походы, лечебные процедуры и др.).

Инсоляционный режим определяется продолжительностью солнечного сияния, то есть светлого времени, в течение которого возможно проведение различных рекреационных занятий. Недостаток продолжительности солнечного сияния, отмечающийся в северных широтах, является дискомфортным явлением ультрафиолетовой радиации, определяет биологическую активность солнца. С ультрафиолетом связаны важные процессы, под его влиянием в организме человека

вырабатывается витамин D. Величина ультрафиолетового излучения определяется высотой солнца над горизонтом, что связано с географической широтой местности. При выборе места для отдыха особое внимание следует обращать на летний избыток УФ (он опасен). Жителям умеренных широт отдых на юге надо смещать на весенние и осенние месяцы.

С атмосферной циркуляцией, которая также является характеристикой биоклимата, связано перемещение воздушных масс. Они переносятся атмосферными вихрями, которые называются циклонами и антициклонами. Зоны соприкосновения воздушных масс представляют собой атмосферные фронты, с прохождением которых связаны контрастные смены погоды, сопровождающиеся перепадами давления, температуры воздуха, изменением направления ветра, усилением его скорости, а также выпадением осадков.

Человек реагирует на резкие изменения атмосферного давления и температуры. Существует средняя пороговая чувствительность человека:

- перепад температуры в 6 град за сутки;
- перепад атмосферного давления в 5 мб за сутки;
- перепад содержания кислорода в воздухе в 5 г/м³.

Люди, страдающие нарушениями артериального давления, сердечно-сосудистой системы (гипертонией и гипотонией), по-разному реагируют на эти изменения: у гипотоника возникает болезненная реакция на понижение атмосферного давления (гипобария), а у гипертоника — на его резкое повышение (гипербария).

Механизм воздействия изменения температуры и давления воздуха на организм человека определяется колебанием плотности кислорода в воздухе, которое зависит от этих двух величин, а содержание кислорода обуславливает окислительные процессы в организме человека. На резкие перепады плотности кислорода организм человека дает болезненную реакцию (при подъеме в горы — горная болезнь).

С ветровым режимом связано воздействие воздушного потока на организм человека на уровне человеческого роста (в двухметровом слое воздуха). В соответствии с этим условия подразделяются на:

- аэростатические — штиль (скорость ветра $V = 0$ м/с),

- слабодинамические ($V < 1$ м/с),
- среднединамические ($V = 1-4$ м/с),
- сильнодинамические ($V > 4$ м/с).

При скорости ветра более 7 м/с не рекомендуется проведение рекреационных занятий.

Термический режим характеризуется продолжительностью периодов: безморозного; благоприятного для летней рекреации; благоприятного для зимней рекреации; купального периода, а также теплоощущением человека в холодный и зимний периоды и обеспеченностью теплом в теплый период.

Период, благоприятный для зимней рекреации, устанавливается, когда среднесуточная температура достигает -5°C , но не ниже -25°C , при этом возможны занятия всеми видами зимнего отдыха. Период, благоприятный для летней рекреации, определяется числом дней со среднесуточной температурой выше $+15^{\circ}\text{C}$, при этом становятся возможными занятия всеми видами летнего отдыха.

Продолжительность купального сезона определяется числом дней с температурой воды выше 17°C . На территории России продолжительность купального периода варьирует от 30 до 120 дней в году.

Теплоощущение человека определяется совокупным воздействием температуры, влажности воздуха и скорости ветра. Теплоощущение при приеме солнечных ванн (то есть при нахождении человека под прямыми солнечными лучами) определяется радиационно эквивалентно-эффективными температурами (РЭЭТ), которые на 6 фад выше ЭЭТ. Теплоощущение в летний период подразделяется на:

- холодное – ЭЭТ меньше 8 фад;
- прохладное – ЭЭТ 8–16 фад;
- комфортное – ЭЭТ 17–22 фад;
- перегрев – ЭЭТ более 23 фад.

Для рекреации очень важно учитывать термический дискомфорт как перегрева в летний период, так и переохлаждения в зимний.

Режим влажности. В биоклимате учитываются две основные характеристики влажности: относительная (процентное содержание водяного пара в объеме воздуха) и абсолютная (влажность воздуха или плотность водяного пара

в мб). Для рекреационных целей важна относительная влажность в дневные часы. Зимой почти повсеместно относительная влажность высокая, ее суточный ход не выражен, преобладают «влажные» дни с влажностью около 80 %. В теплый период ночные значения влажности бывают достаточно высоки: 70–80 %, а днем они падают до 50–60 %. В отдельные «сухие» дни влажность воздуха днем опускается до 30 % и менее. Наиболее часто «сухие» дни отмечаются в мае.

В целом для здоровых людей благоприятна относительная влажность в 40–60 %. Длительная влажность менее 30 % действует иссушающе на кожу. Однако существует определенный контингент больных, страдающих нефритами, для которых лечение в сухом климате жизненно необходимо.

С абсолютной влажностью связано такое дискомфортное явление, как духота. Оно наблюдается в теплый период года, когда влагосодержание (плотность водяного пара) достигает 18 мб и более. Духота особенно тяжело переносится, если сопровождается термическим перегревом, — развивается гигротермический дискомфорт; она негативно влияет на страдающих заболеваниями сердечно-сосудистой системы, бронхиальной астмой.

Зимой по продолжительности залегания снежного покрова определяют пригодность территории к занятиям лыжным туризмом. Летом играет роль не столько количество самих осадков, сколько повторяемость дождливых погод, которые препятствуют туристским занятиям. Дождливым принято считать день, когда выпадает более 3 мм осадков (в дневное время), однако это относительная величина. Например, ливневые дожди на юге, которые наблюдаются в летний период, не являются существенным ограничением, так как они кратковременны, не мешают отдыху, наоборот, освежают воздух. Очень важно учитывать дискомфортные явления погоды:

- переохлаждение и перегрев;
- избыток и недостаток УФ;
- изменчивость погоды;
- духоту;
- гигротермический дискомфорт;
- большие ветровые нагрузки;
- продолжительный туман;

- значительные осадки;
- интенсивную грозовую деятельность.

Эти явления физиологически вредны для организма человека. Они препятствуют проведению большей части рекреационных занятий, кроме посещения музеев и выставок. Исключаются все виды рекреационной деятельности при грозных метеорологических явлениях: бурях, штормах и ураганах.

По значениям биоклиматического потенциала производится зонирование территории по степени благоприятности (комфортности) для отдыха. Выявляются зоны оптимальной комфортности — благоприятной во все сезоны года с падающим и падающе-тренирующим режимами зоны комфортности с разной степенью благоприятности в летний и зимний периоды (падающий и раздражающий режимы или преобладание тренирующих условий) и зоны климатического дискомфорта, в которых во все сезоны года доминируют раздражающие условия¹.

Территории регламентированного доступа в туристическом производстве

К территориям регламентированного доступа относятся охотничьи и рыболовные угодья, а также заповедники, национальные парки и заказники.

Охотничьи и рыболовные угодья. Охотничий туризм предполагает процесс охоты и добычи разрешенных к промыслу зверей и птиц. При оценке охотничьих угодий рассматриваются два основных фактора: тип природных комплексов (урочищ) и разнообразие фауны. Первый фактор свидетельствует о степени благоприятности ландшафта для охоты, второй — говорит об обилии видов животного мира и наличии редко встречающихся животных.

Рыболовный туризм предполагает ловлю рыбы с использованием высокоспортивных приемов (способов): нахлыст и кастинг, поплавковое ужение, подводная охота.

¹ Багрова Л.А., Багров Н.В., Преображенский В.С. Рекреационные ресурсы. М., 1997.

Рыболовные и охотничьи угодья оцениваются двумя факторами: доступностью водных угодий и разнообразием видов. Оценка производится по трехбалльной системе: много промысловых животных — 3 балла, среднее обилие — 2, мало — 1.

К особо охраняемым природным территориям (ООПТ) относятся: природные заказники, памятники природы, заповедные участки леса, национальные парки, заповедники. Основное назначение этих территорий — охрана ценных природных объектов: ботанических, зоологических, гидрологических, геологических, комплексных, ландшафтных. Строгая природоохранная функция ООПТ обуславливает регламентирование использования этих территорий для других видов хозяйственного освоения. Вместе с тем уникальность данных природных объектов определяет их высокую ценность для познавательного туризма, что позволяет рассматривать ООПТ как важные природные рекреационные ресурсы, использование которых в туризме должно быть строго регламентировано. Допустимый вид рекреационной деятельности в ООПТ записывается в паспорт конкретного охраняемого объекта.

Природные заказники, памятники природы и заповедные участки леса — это территории, выделяемые для уникальных, редких или типичных природных комплексов, охрана которых поручается землепользователям этих территорий: лесничествам, лесхозам, если ООПТ расположены на землях гослесфонда (ГЛФ), или сельской администрации.

Геологические и гидрологические заказники представляют интерес для прогулочного познавательного туризма, школьных экскурсий и учебных занятий, для студентов географических и геологических факультетов вузов. Для целей познавательного туризма особое значение имеют комплексные заказники, в которых туристов знакомят с редкими видами животного и растительного мира, живописными пейзажами. Как правило, разбивка туристских стоянок на территории заказников запрещена, разрешается лишь проложение туристских троп.

Памятники природы — это уникальные природные объекты (водопады, пещеры, живописные скалы и т. д.) или мемориальные природные объекты (например, лиственница в усадьбе Ярополец, под которой отдыхал А. С. Пушкин). Памятники природы всегда стараются включать в туристские

маршруты как наиболее аттрактивные природные объекты. Заповедные участки леса выделяются лесниками как талонные (типичные) или уникальные лесные территории, имеющие значение для сохранения и воспроизводства определенных растительных формаций. Их посещение обычно входит в маршруты экологического туризма.

Заповедники и национальные парки — особые виды ООПТ, которые имеют администрацию, в функцию которой входит организация как природоохранной, так и рекреационной деятельности. Правда, значение рекреационной деятельности в них различно: в заповедниках доминирует природоохранная функция и ограничено — познавательная рекреационная, в национальных парках обе функции имеют равное значение.

Заповедники — природоохранные учреждения, территория которых включает природные комплексы и объекты, представляющие уникальную экологическую ценность, предназначенные для использования в природоохранных, научных и научно-просветительских целях. В отличие от национальных парков заповедники имеют очень ограниченное рекреационное использование, в основном только просветительское.

Это отображено в функциональном зонировании территорий заповедников:

- зона заповедного режима, в которой животный и растительный мир развивается без вмешательства человека;
- зона научного мониторинга, в которой научные сотрудники заповедника ведут наблюдения за состоянием и развитием охраняемых природных объектов;
- зона экологического просвещения, где обычно размещается музей природы заповедника и проложены строго регламентированные тропы, по которым проводят группы туристов для ознакомления с природными особенностями комплекса;
- хозяйственно-административная зона.

Национальные парки — это природоохранные учреждения, территории (акватории) которых включают природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, предназначенные для использования в природоохранных, рекреационных, просветительских, научных и культурных целях. Задачей

национальных парков наряду с природоохранной функцией является создание условий для регулируемого туризма и отдыха в природных условиях. При этом предусматривается разработка и внедрение научных методов сохранения природных комплексов в условиях рекреационного использования. На территориях национальных парков устанавливается дифференцированный режим охраны с учетом местных природных, историко-культурных и социальных особенностей.

В соответствии с этим территория парков разбивается на следующие функциональные зоны:

- зона заповедного режима — всякая рекреационная и хозяйственная деятельность запрещена;
- зона заказного режима — сохранение природных объектов при строго регламентированном рекреационном пользовании;
- зона познавательного туризма — организация экологического просвещения и ознакомления с достопримечательностями парка;
- зона рекреационного использования, включающая территории для отдыха, спортивной и любительской охоты и рыболовства.

Как видно из установленного функционального зонирования территорий национальных парков, рекреации и туризму в них отводится большое место. Во всем мире национальные парки активно охвачены туристской индустрией, выполняя, помимо оздоровительных функций, задачи экологического просвещения населения. В России национальные парки развивались с большим опозданием, однако в последние годы интерес к ним резко возрос. В настоящее время на территории нашей страны функционируют 32 национальных парка, планируется организация еще 40.

Специфику парков определяют следующие факторы:

- общегеографическое положение;
- характер региона: урбанизированные курортные или дикие территории»;
- положение относительно крупных городов: агломерационный (национальный парк «Лосинный остров»), межагломерационный (национальный парк «Мещерс-

кий»), внеагломерационный (национальный парк Коми «Ю»);

- генезис территории: природные или природно-исторические парки;
- функциональное рекреационное использование: прогульно-пейзажный, грибо-ягодный, охотничий, спортивно-туристский, познавательный.

По аналогии с мировыми парками можно выделить североамериканский тип (сохранившийся природный комплекс) и европейский тип (живописный сельский ландшафт с историко-культурными комплексами).

Н. В. Максаковский предложил следующие базовые принципы формирования системы природных рекреационных парков России. Выбор географической основы обуславливается необходимостью представления в парковой системе каждого из 58 биорегионов России, что позволит достаточно полно отразить природное многообразие страны. Выбор территории для парка определяется сочетанием уникальных и типичных свойств в данном природном комплексе. Репрезентативность (характерность) ландшафта для данного биорегиона обуславливается географическим положением парка¹.

Рекреационно-эстетическая и познавательная ценность местности необходима для организации различных форм отдыха на территории парка. Ключевые критерии для выбора территории парка — высокий рекреационный потенциал (возможность полифункционального рекреационного использования, комфортность природно-климатических условий, пейзажное разнообразие) и познавательный потенциал (сосредоточение природных и историко-культурных достопримечательностей).

Необходимо также определить дополнительные критерии, определяющие площадь и границы парка:

- включение экологически ключевых участков, поддерживающих гидрологический баланс и оздоравливающую среду обитания человека; экологическая «автономность» территории (бассейновый принцип — привязка к водосборным рубежам);

¹ Преображенский В.С., Шеломов Н.П. Проблемы использования естественных ресурсов для отдыха и туризма. М., 1967.

- ресурсоохранное (ресурсовоспроизводственное) значение территории (включение высокобонитетных лесов, качественных источников водоснабжения, промысловых, охотничьих и рыболовных угодий);
- транспортная доступность (доля площади национального парка, находящегося в зоне легкой транспортной доступности, не должна превышать 50 % его территории);
- совместимость национального парка со сложившейся системой природо- и землепользования (отсутствие или малое присутствие на территории национального парка чуждых природоохранным задачам антропогенных элементов);
- соответствие внешних границ национального парка визуальным рубежам (ЛЭП, дороги, каналы, реки, горные хребты) и ландшафтным (ценные экосистемы должны входить в национальный парк целиком);
- желательно соответствие внешних границ парка административно-хозяйственным (земли сельскохозяйственных и бесхозяйственных предприятий) и политико-административным, границам (область, край и т. д.).

Бальнеологические ресурсы мирового туризма

Как уже было отмечено выше, бальнеологические ресурсы представляют собой комплекс природных факторов, обладающих способностью положительного воздействия на физическое и эмоциональное здоровье организма человека. Присутствие бальнеологических ресурсов в конкретном регионе государства оказывает колоссальное воздействие на его туристическую привлекательность, стимулирует развитие специализированного оздоровительного и лечебного туризма. Следовательно, бальнеологические ресурсы можно смело отнести к важнейшей компоненте туристических.

В настоящее время в мире научно исследована и доказана эффективность санаторно-курортного лечения с использованием следующих природных лечебных факторов.

Минеральные воды (хлоридно-натриевые, сульфидные, углекислые, радоновые, йодо-бромные, азотно-кремнистые,

мышьяковистые, пресные органосодержащие) — это сложные растворы, в которых компоненты находятся в виде ионов, недиссоциированных (несвязанных) молекул, коллоидных частиц (мелко раздробленных, смешанных в растворе) и растворенных газов. Минеральные воды используются для употребления внутрь (минерализация < 10 г/л), а также в бальнеологических целях (минерализация > 10 г/л).

Механизм действия ванн из минеральной воды определяется прежде всего специфическим химическим влиянием растворенных в воде газов и солей. Последние, раздражая рецепторы кожи, оказывают местное, а затем и общее (на кожные сосуды, потовые, сальные железы) рефлекторное действие.

Ванны из углекислых минеральных вод улучшают сократительную способность миокарда и коронарное кровообращение, снижают повышенное артериальное давление, расширяют сосуды кожи (реакция покраснения), активизируют функцию желез внутренней секреции и центральной нервной системы.

Естественные сероводородные (сульфидные) ванны вызывают резкое расширение сосудов кожи, что облегчает работу сердца, способствуют заживлению повреждений кожи, выведению из организма продуктов распада белка. Оказывают противовоспалительное, рассасывающее, болеутоляющее и десенсибилизирующее действие. Они влияют на сердечно-сосудистую систему аналогично углекислым ваннам.

Естественные радоновые ванны оказывают специфическое действие на организм благодаря альфа-излучению, возникающему при распаде атомов радиоактивного газа — радона. Они обладают выраженным седативным и болеутоляющим действием, улучшают деятельность сердца, нормализуют артериальное давление. Под влиянием радоновых ванн ускоряются процессы заживления и рассасывания в нервных волокнах, мышечной и костной ткани.

При приеме внутрь минеральная вода оказывает химическое действие, обусловленное содержащимися в ней микроэлементами, солями, газами. Она обладает также свойствами вызывать термические эффекты. Показана, главным образом, при заболеваниях органов пищеварительной системы. Минеральную воду лучше всего принимать у источника — бювета. При этом сохраняются естественные свойства воды.

Большое значение имеет температура воды. Холодная вода возбуждает секрецию, теплая — тормозит и оказывает одновременно болеутоляющее и спазмолитическое действие. Поэтому при язвенной болезни больные принимают подогретую минеральную воду.

Специфика действия питьевых минеральных вод зависит от их химического состава. Гидрокарбонатные воды курортов Боржоми, Дарасун, Ессентуки, Железноводск, Моршин и др., используемые для питья, регулируют секреторную и моторную функции желудка в зависимости от времени относительно приема пищи, уменьшают спазмы желудка и кишечника. Хлоридные воды усиливают секрецию желудочного сока и повышают его кислотность.

Сульфидные воды, например, Баталинская вода (Пятигорск) снижают желудочную секрецию, оказывают слабительное и желчегонное действие. Слабоминерализованные воды, содержащие органические вещества (например, Нафтуса), обладают мочегонным свойством, их применяют при мочекаменной болезни и инфекциях мочевыводящих путей.

Биологически активные вещества, содержащиеся в некоторых водах, всасываясь из желудочно-кишечного тракта, оказывают специфическое действие. Так, железо предупреждает развитие анемии, йод стимулирует окислительно-восстановительные процессы в организме, усиливает функцию щитовидной железы, бром способствует процессам торможения центральной нервной системы.

Используются другие методы внутреннего применения минеральных вод — это промывание желудка при помощи толстого зонда, дуоденальный дренаж («тюбаж»), орошение слизистой оболочки полости рта, ректальные процедуры (клизмы или специальные установки «кишечного душа»), ингаляции.

Лечебные грязи содержат вещества, подобные гормонам и витаминам, благодаря чему они являются биогенными стимуляторами (с одной стороны, имеют биологическое происхождение, с другой — стимулируют биологические процессы в организме человека). Формируются грязи в результате сложных биохимических процессов, происходящих под воздействием микроорганизмов.

Пресные грязи:

- торфяные — разложившиеся органические вещества растительного происхождения, минеральных веществ в них мало. Широко распространены в зонах избыточного увлажнения, в лесной зоне (таежная), где образовались болота. Лечебный торф имеет высокую степень разложения;
- сапропель — продукты разложения животных и растительных остатков на дне пресных водоемов. Это органические вещества с малой примесью минеральных. В некоторых случаях, если на дне озер имеются выходы минеральных вод, они могут быть слабоминерализованными;
- иловые сульфидные грязи — это отложения морских заливов, лиманов и соленых озер. Иногда имеют форму натечных образований вокруг источников минеральных вод (озерно-ключевые). Содержат сернистые соединения железа;
- сопочные грязи — результат подземной разгрузки термальных вод. Образуются в районах с месторождениями нефти и газа (углеводорода), где имеются толщи глинистых пород. Под действием газов и глубинных напорных вод на поверхность выходит измельченная глина в виде разжиженной массы серого цвета. Сопочные грязи характеризуются незначительным содержанием органики, но повышенной концентрацией микроэлементов: йода, брома, бора. Кроме того, глина растворена в минеральных водах с гидрокарбонатным и хлоридно-натриевым составом, поэтому сопочные грязи являются минерализованными;
- гидротермальные грязи характерны для районов с активной вулканической деятельностью. Проявляются на участках выхода на поверхность горячих газопаровых струй с углекислым газом и сероводородом. Струи бьют под сильным давлением и растворяют породу, в результате образуется жидкая грязевая масса. В грязевом растворе преобладают сульфаты и резкая кислая реакция. В настоящее время гидротермальные грязи не применяются.

Действие грязей:

- тепловое — эффект более высокий, чем в минеральных водах, так как грязь отличается высокой теплоемкостью и дольше сохраняет температуру; прогревание способствует расширению сосудов, соответственно ускоряются ток крови и процессы обмена;
- механическое — благодаря пластичности слой грязи сдавливает ткани и способствует распространению тепла на большую глубину;
- химическое — воздействие неорганических и органических биологически активных микроэлементов (Fe, Y, Bg, сульфиды, органические кислоты и т. д.) на функции систем организма человека: улучшение обменных процессов, кровообращения, питания тканей, укрепление иммунной системы, противоаллергическое действие;
- местное — грязь обладает адсорбционными свойствами — удаление с кожи и слизистых болезнетворных микроорганизмов (противовоспалительное, рассасывающее, обезболивающее действие).

Помимо минеральных вод и грязей, в бальнеологическом лечении могут быть использованы также перегретые пары, сухой воздух, газообразный радон, соль, морская вода, солнечная радиация, кумыс и другие.

В местах присутствия бальнеологических ресурсов чаще всего формируются специализированные курорты, к которым предъявляются следующие требования:

- наличие изученных природных лечебных факторов, обеспечивающих нормальное функционирование курорта и его развитие;
- необходимые технические устройства для рационального применения курортных факторов (ванные здания, бассейны, грязелечебница, пляжи и т.д.);
- специально приспособленные помещения для лечения и жилья;
- наличие лечебно-профилактических учреждений, обеспечивающих медицинское обслуживание больных;
- наличие оздоровительных учреждений, спортивных сооружений и площадок;

- наличие учреждений общественного пользования, предприятий общественного питания, торговли, бытового обслуживания, культурно-просветительских учреждений;
- благоустройство, отвечающее всем требованиям санитарно-гигиенических норм (водопровод, канализация, поддержание чистоты территории);
- удобные пути и средства сообщения;
- необходимость соблюдения общекурортного режима¹.

По сочетанию природно-лечебных факторов все курорты можно разбить на шесть типов.

Бальнеологический курорт – тип курорта, где в качестве основных лечебных факторов используются минеральные воды и лечебные грязи (Ессентуки, Железноводск, Горячий Ключ).

Бальнеоклиматический курорт – тип курорта, где в качестве основных лечебных факторов выступают климат и природные минеральные воды (Вешенский, Кисловодск, Дарасун).

Бальнеологический курорт – тип курорта, где в качестве основного лечебного фактора используются природные минеральные воды (Пятигорск, Ейск, Сочи).

Грязевой курорт – тип курорта, где в качестве основного природного фактора используются лечебные грязи (Бакирово, Марциальные Воды, Нальчик).

Климатокумысолечебный курорт – тип курорта, где в качестве основных природных лечебных факторов используются степной и лесостепной климат и кумыс (Маныч, Шафраново).

К особенностям горноклиматических курортов относятся повышенная чистота, ионизация воздуха, солнечная радиация, сниженное парциальное давление кислорода (Архыз, Теберда, Аршан).

¹ Кусков А.С., Лыскова О.В. Курортология и оздоровительный туризм. Ростов н/Д, 2004.

Глава III

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА И ГЕОГРАФИЯ ИХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

3.1. НАРОДОНАСЕЛЕНИЕ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одним из важнейших условий развития туризма является население, выступающее одновременно и как часть туристического образа принимающего государства, непосредственно воздействующая на качество и конкурентоспособность производимого в ней туристического продукта, и как участник туристических обменов, фактор, формирующий спрос на туристическом рынке, а следовательно определяющий темпы развития туризма во всем мире (табл. 1).

Характеристика населения страны включает оценку ряда показателей, позволяющих сформировать основные закономерности развития ее туристической индустрии. Прежде всего, к таким критериям стоит относить численный состав постоянно проживающего в стране населения. Для страны-донора на туристическом рынке этот показатель весьма важен, ввиду того, что он определяет максимальную емкость туристического спроса в стране. Логично предположить, что чем большим населением обладает страна, тем больше в абсолютном выражении количество потенциальных выездных и внутренних туристов в ней. Бесспорно, данный показатель стоит рассматривать лишь в совокупности с экономическим уровнем развития государства, который проявляется, прежде всего, в среднедушевом доходе проживающего населения. Отдельные ученые наряду с критерием количества используют и так называемый комплексный критерий качества насе-

ления (включающий в себя помимо вышеназванного среднего дохода такие критерии, как развитие социальной инфраструктуры, степень образованности, социальной защиты населения и так далее).

В ряде государств с учетом показателей качества населения высокие показатели его численности могут оказаться весьма незначительными по своему влиянию на состояние туризма и туристической деятельности. К примеру, потенциал внутреннего или выездного туризма в таких густо заселенных странах, как Нигерия, Бангладеш, Индонезия или Пакистан огромен (в каждой из названных стран численность населения превышает 100 млн человек). Однако низкий уровень жизни подавляющего большинства жителей этих государств ограничивает развитие туризма, и по объему спроса на внутреннем туристическом рынке названные державы существенно проигрывают меньшим по численности населения Германии, Великобритании или Италии.

В отношении страны — туристической дестинации, принимающей иностранных туристов, численные характеристики ее населенности также могут быть использованы для прогнозирования состояния въездного туризма, хотя окончательно взаимозависимость численности населения и темпов развития туристической индустрии не определена.

Можно лишь предположить, что развитие туризма в густонаселенных районах страны (либо отдельных странах) может ограничиваться, прежде всего, ввиду наличия огромного количества социальных проблем, причина которого в самой высокой плотности населения. Традиционно туризм (особенно рекреационный) развивается в регионах преимущественно аграрных, со слабо представленной промышленностью и, соответственно, экологически благоприятных. Скудность же населения увеличивает рост стоимости недвижимости, вызывает появление проблем социального характера (безработица, антисанитария, криминал), что бесспорно подрывает конкурентоспособность производимого в таких условиях туристического продукта.

С другой стороны, не может туризм и туристическая деятельность развиваться в слабо заселенных районах, лишенных городской инфраструктуры и рабочей силы (туризм —

трудоемкая отрасль, постоянно нуждающаяся в пополнении и обновлении занятого в производстве турпродукта персонала).

Государства существенно отличаются друг от друга по плотности населения, по которому судят об уровне заселенности и хозяйственной освоенности территорий. Есть страны с высокой и равномерной плотностью населения (Голландия, Италия, Япония), с высокой и неравномерной плотностью (Китай, Россия, Канада, США), и с низкой плотностью, на территории которых огромные участки земли оказываются в силу определенных ландшафтных или климатических особенностей незаселенными (Египет, Алжир, Бразилия, Аргентина).

Таблица 1

**Распределение населения Земли по высотным поясам
в конце XX в.**

Материк или часть света	Доля населения, проживающего в высотном поясе над уровнем моря, %						Средняя высота, м	
	до 200 м: низмен- ности	200-500 м: возвышен- ности	500-1000 м: плата и низкотерра	1000-2000 м: средне- горья	выше 2000 м: высоко- горья	итого	терри- тории	обита- ния
Европа	69	24	7	0	0	100	300	170
Азия	56	24	12	7	1	100	950	320
Африка	32	24	21	21	2	100	750	590
Северная Америка	47	33	8	8	4	100	700	430
Южная Америка	42	15	23	9	11	100	580	645
Австралия и Океания	73	18	8	1	0	100	350	95
Вся суша (без Антарктиды и Гренландии)	56	24	12	7	1	100	725	320

Источник: Максаковский В.П. Географическая картина мира. Ч. I. – Ярославль: Верхневолжское издательство, 1996.

Чем выше плотность населения, тем традиционно, выше уровень хозяйственной освоенности, тем большим количеством трудовых ресурсов обладает страна в каждом конкретном регионе¹. Если территории с достаточно высокой плотностью населения образуют сплошную полосу, то говорят о повсеместном заселении и хозяйственном освоении. Если же

¹ Сапожникова Е.Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран. М., 2005.

заселение территории выборочно, отдельными «пятнами», то это очаговое размещение и хозяйственное освоение земель. Такое освоение территории характерно для районов Севера, пустынных зон, зон непроходимых джунглей и так далее.

Низкая плотность населения, наличие у страны огромных, практически не освоенных людьми районов, ограничивающе влияет на развитие туристической индустрии. В таких странах нет возможностей для полного использования туристического потенциала, невозможна организация конкурентного туристического продукта, включающего в себя посещение различных городов и территорий, так как удаленность городов друг от друга существенно увеличивает стоимость трансферов. Отдельные слабо заселенные государства пытаются решить эту естественную проблему путем, например, развития экстремальных или экологических туров, предполагающих нахождение туристов вдали от цивилизации и привычной городской инфраструктуры. Однако такой туризм не является массовым и его развитие не даст стране лидерства на мировой туристической карте.

Наиболее привлекательно туристическое производство в районах, отличающихся высокой и равномерной плотностью населения. Здесь города располагаются компактно по отношению друг к другу, образуют агломерации и даже мегалополисы, причем понятие агломераций все чаще применяют и в отношении туристических центров и курортов. Расположенные в границах туристической агломерации населенные пункты могут связываться с внешним миром одним транспортным узлом, находиться на небольшом (до 200 км) удалении друг от друга, активно включать в туристическое производство территории между городами и пригородные зоны. В таких условиях формируются отличные предпосылки для производства массового туристического продукта, ориентированного на широкие слои собственного и иностранного населения. Примерами туристических агломераций можно назвать Лазурный берег Франции, Лигурию в Италии, Анталию и Ликию в Турции, Черноморское побережье Кавказа, берег Красного моря от Эль-Гуны до Марсы-Алема в Египте и так далее. Огромным мегалополисом познавательного туризма можно считать территорию, включающую За-

пад Германии, Бельгию, Нидерланды, северо-восток Франции; а также центр Европы — север Италии, Швейцарию, восточную Францию, западную Австрию, южную Германию. Эти районы Европы буквально напичканы уникальными памятниками истории и культуры, расположенными на минимальных расстояниях и обладающих превосходной транспортной доступностью, что дает туристическим предприятиям возможность не ограничивать себя в оригинальности и уникальности производимого турпродукта.

Население любой страны мира постоянно изменяется количественно и качественно. Это объясняется, прежде всего, характером его воспроизводства, который во многом определяет не только численность населения и динамику ее изменения, но и возрастной состав населения. В туристическом производстве необходимо учитывать социально-политический климат, который в существенной мере определяется возрастным составом населения. В странах с первым типом воспроизводства населения (низкая смертность и низкая рождаемость) преобладают представители более пожилого возраста. Государства же со вторым типом воспроизводства населения демографически более молодые, в их структуре велика доля детей и молодежи.

Возрастной состав населения непосредственно сказывается на развитии туризма. Туризм, требуя перемены мест, а следовательно, возможность испытания стресса, с одной стороны, непозволительная роскошь для людей пожилого возраста. С другой, у тянущейся к новым ощущениям и практически всегда готовой для новых испытаний молодежи может не быть необходимых для совершения поездок средств, либо свободного времени. Эти две особенности в целом уравновешивают друг друга. В государствах с первым типом воспроизводства населения одинаково хорошо развиты как молодежный, так и пенсионный туризм. Однако существенно отличаются и типы предпочитаемых этими категориями туристов туров, и требования к уровню обслуживания в поездках. Если молодежь выбирает в основном не предлагающие высокого уровня обслуживания демократичные курорты с развитой инфраструктурой спорта и досуга, то более старшее поколение активно посещает пляжные курорты с высо-

ким уровнем обслуживания и размеренной жизнью, либо же бальнеологические центры.

Воздействует также возрастная структура на туристическое производство. Как известно, работа в туризме требует приложения немалых физических и эмоциональных сил, в большинстве случаев не рассматривается как перспективная и престижная. Сложно себе представить зрелого человека, всерьез занятого работой в сфере туристического обслуживания (исключение — лишь должности управляющих, непосредственно с клиентами не взаимодействующие). С другой стороны, работа в туризме открывает определенные перспективы для необремененной семьями и обязательствами молодежи. Это и дополнительный заработок (особенно в летнее каникулярное время), и возможность расширить кругозор, общаясь с иностранными туристами, и просто наработать опыт в сфере услуг. Учитывая трудоемкость туристического производства, его потребность в постоянном притоке свежей и молодой рабочей силы, можно утверждать, что в государствах второго типа воспроизводства населения в целом более благоприятные условия для формирования национальной туристической индустрии. И влияние характеристик национального рынка труда было бы существенно больше, если бы не миграции населения, которые также являются важнейшей характеристикой народонаселения страны.

В миграциях участвуют значительные массы людей как в развитых, так и в развивающихся странах. Это важное явление в социальной и хозяйственной жизни людей обусловлено рядом причин. Некоторые причины «выталкивают» население из родных мест (войны, политические преследования, религиозные конфликты, экономические кризисы), другие — притягивают (более высокий уровень жизни, возможность найти работу, политическое убежище и так далее).

По направленности выделяют внешние (в другие государства) и внутренние миграции. Внешние миграции происходят, прежде всего, между близлежащими государствами, существенно отличающимися в уровне своего экономического развития. При этом мигранты из неблагополучных стран перемещаются в более развитые государства и готовы пополнять там ряды чернорабочих, в том числе и нелегаль-

ных. Можно выделить пары государств, между которыми наиболее высокие показатели внешней миграции, например, США и Мексика, Алжир и Франция, Россия и Китай, Пакистан и ОАЭ, Турция и Германия. Регулируемая внешняя миграция, безусловно, полезное явление, поскольку только с ее помощью в ряде случаев можно преодолеть социальные (старение населения, сокращение его численности) или экономические (нехватка рабочей силы) проблемы развитых стран мира. В связи с чем отдельные государства осуществляют весьма гибкую и лояльную политику в сфере привлечения иностранных мигрантов (например, Австралия, Новая Зеландия, Аргентина, Канада), будучи заинтересованными в приезде квалифицированных и пользующихся спросом на внутреннем рынке труда работников.

Нельзя однозначно выделить степень зависимости туризма от направленности и динамичности внешней миграции. С одной стороны, мигранты обычно устремляются в ту страну, с которой у их родного государства отлажены длительные туристические контакты. Так турки стремятся в Германию и Россию (страны, жители которых — основные посетители турецких курортов); мексиканцы — в США; северные африканцы, на курортах которых отдыхают в основном французы, — пополняют рабочие кварталы Парижа, Марселя, Лиона и других французских городов. С другой стороны, данные миграции существовали задолго до появления туризма и проблемы у миграционных служб Германии с турецкими «подданными», как и у американцев с любителями текилы и фахитос, начались за десятки лет до развития массового выездного туризма в странах «золотого миллиарда». Получается, что вполне вероятна и обратная зависимость — наличие внешних мигрантов каким-то образом (через культурный обмен, оставшиеся связи с малой родиной, в том числе и экономические) стимулировало развитие туризма.

Внутренние миграции представляют собой межрайонные миграции населения, представляющие собой, прежде всего, отток населения из районов с неблагоприятными и экстремальными природными условиями в районы с условиями, более благоприятными для жизни. Особенно актуальны миграции в города из сельской местности, что объяснимо меха-

низацией аграрного производства и разорением мелких собственников земли (в последнем случае бывшие крестьяне переселяются в города, где чаще всего ведут нищенский или криминальный образ жизни). Туризм, обеспечивая в отдельных регионах государства сезонный рост спроса на трудовые ресурсы, также все чаще становится причиной появления внутренних миграций населения. При этом население может направляться в туристические центры или курортные зоны в том числе и из крупных городов (например, студенты на время летних каникул, либо не имеющие постоянной работы горожане). К примеру, на курортах Красного моря в Египте активно работают жители египетских мегаполисов — Каира, Александрии, Асуана, Кены; студенты европейских столиц подрабатывают в отелях и ресторанах побережий; на Черноморских курортах Кавказа работают жители Краснодара, Ростова-на-Дону, Волгограда и других российских городов.

Наличие внутренних и внешних миграций (или возможностей для их возникновения) во многом положительно влияет на развитие туристического бизнеса в отдельных государствах мира, поскольку мигранты готовы на низкооплачиваемую и черную работу (которой на самом деле много в туристическом производстве) за сравнительно меньшие деньги, нежели сами местные жители туристических дестинаций. Трудно представить себе, чтобы жители Арабских Эмиратов (многие из которых миллионеры, либо жены миллионеров) обслуживали в отелях Дубая или Шарджи туристов из России. Благо, что есть мигранты из менее богатых Пакистана, Индии, Таиланда и Филиппин, которые и формируют класс низовых работников одной из самых современных и конкурентоспособных туристических индустрий на планете. Во многом аналогична ситуация в туристической индустрии США и стран Западной Европы.

3.2. ВЛИЯНИЕ УРБАНИЗАЦИИ НА ГЕОГРАФИЮ И СТРУКТУРУ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

На состояние международного туризма в значительной степени повлияла также урбанизация, процесс, в результате

которого мир превратился в сеть городов. Ввиду того, что города на протяжении более шести тысяч лет были и остаются каркасом цивилизации, двигателями прогресса, культурного обмена, а главное — местами с максимальной концентрацией исторического, культурного, научного наследия, процесс их возникновения и стремительного роста не мог не трансформировать мировой туризм в XX столетии.

Только за первые 20 лет «городской революции» (1950–1970) прирост численности горожан в мире был немногим меньше, чем общее число жителей городов, которые образовались за всю историю человечества (83,4 %), а за следующие 20 лет (1970–1990) численность городского населения увеличилась еще на 68,7 %. Всего же за 1950–1990 гг. численность городского населения мира выросла почти в 3,1 раза и сохраняет тенденцию к дальнейшему значительному росту в первой четверти XXI в. Мы стали свидетелями ошеломляющего по темпам образования во второй половине XX в. единого и вместе с тем весьма дифференцированного городского мира, который утвердился, прежде всего, в развитых странах (с 50-х гг.), а в начале XXI в. станет преобладающим и в развивающихся.

Важная особенность мировой урбанизации во второй половине XX в. — выход на авансцену развивающихся стран. В 1990 г. в них проживало уже 61,4 % всех горожан мира (в 1950 только 38,7 %), а к 2025 г., по прогнозам демографов ООН, эта цифра возрастет почти до 80 %. Рост городских процессов в развивающихся странах в силу их специфики оказывает большое сдерживающее влияние на качественные стороны развития мировой урбанизации, резко усиливает ее пространственную дифференциацию. Ведь в этой группе стран подавляющая часть горожан — вчерашние сельские жители, которые часто способствуют «деревенизации» города, привнося в него нормы поведения и системы ценностей, свойственные сельской местности.

Глубокие структурные сдвиги не следуют автоматически за сменой среды, например, при переезде из деревни в город, тем более когда речь идет о переселении большой массы населения в короткий срок. Сказанное в первую очередь относится к странам с низкой в недавнем прошлом долей городского населения и с наиболее высокими темпами прироста

численности горожан в 1950–1990 гг., такими как Нигерия (ее бывшая столица Лагос за этот период выросла почти в 27 раз и, по прогнозам демографов ООН, к 2010 г. выйдет на 8-е место среди агломераций мира), Турция или Иран, а также к странам, обладающим наибольшей «городской массой» с высокими темпами ее прироста в этот период — Китай, Индия, Бразилия, Мексика, Индонезия.

На другом полюсе находятся развитые и наиболее урбанизированные страны Северной Америки, Западной Европы и Япония с высокой долей городского населения и вместе с тем с достаточно значительными темпами роста во второй половине XX в. (особенно в Японии, США, Франции).

Вместе с тем мощные силы выталкивания из деревни и успехи экономического роста обусловили весьма высокую долю горожан в общей численности населения ряда развивающихся стран: в Венесуэле (92,9 % в 1995 г.), Уругвае (90,3), Аргентине (87,5), Чили (85,9), Бразилии (78,7); в Объединенных Арабских Эмиратах (84,0), Саудовской Аравии (80,2), Ираке (75,6); в Ливии (86,0), Тунисе (59,0 % в 1995 г.).

Следует иметь в виду, что в большинстве развивающихся стран из-за чрезмерного притока населения в города в них часто живет значительно больше населения, чем они в состоянии «переварить», развитие городов сопровождается ростом численности не ассимилированных ими городских жителей и увеличением разрыва между ростом городского населения и его реальным включением в городской образ жизни (по характеру занятости, уровню образования, культуры и т. д.).

С середины XX в. в мире быстро растут крупнейшие города и агломерации с населением свыше 1 млн жителей; их количество увеличилось в 1950–1990 гг. с 77 до 275, а суммарная численность населения — соответственно со 187 до 800 млн человек (табл. 2).

Начался этап «сверхкрупногородской» урбанизации с формированием очень больших агломераций и наагломерационных структур расселения. В результате в 1990 г. в агломерациях — «миллионерах» проживала $\frac{1}{3}$ всех горожан мира. Особенно быстро растут они в странах Азии, Латинской Америки и Африки. В Азии (1990 г.) насчитывалось

115 таких агломераций, больше всего в Китае (38), Индии (24), Пакистане, Индонезии и Южной Корее (по 6 в каждой стране); в Латинской Америке – 40, в Африке – 24.

Соответственно эти регионы входят в лидеры и по формированию сверхбольших агломераций с населением свыше 8 млн жителей. В 1950 г. среди 20 крупнейших агломераций мира только 7 находились в развивающихся странах, а в 1990 г. – уже 14, в том числе 7 из них входили в первую десятку (в 1950 г. только 3).

Таблица 2

Крупнейшие городские агломерации мира

№	Агломерация	Население, млн чел.	Страна
1	Токио	31	Япония
2	Мехико	21	Мексика
3	Сеул	19,9	Корея
4	Сан-Паулу	18,5	Бразилия
5	Осака-Киото-Кобе	17,6	Япония
6	Джакарта	17,4	Индонезия
7	Нью-Йорк	17	США
8	Дели	16,7	Индия
9	Бомбей	16,7	Индия
10	Лос-Анджелес	16,6	США
11	Каир	15,6	Египет
12	Калькутта	13,8	Индия
13	Манила	13,5	Филиппины
14	Буэнос-Айрес	12,9	Аргентина
15	Москва	12,1	Россия
16	Шанхай	11,9	Китай
17	Рейнско-Рурская	11,3	Германия
18	Париж	11,3	Франция
19	Рио-де-Жанейро	11,3	Бразилия
20	Лондон	11,2	Великобритания
21	Тегеран	11	Иран
22	Чикаго	10,9	США
23	Карачи	10,3	Пакистан
24	Дакка	10,2	Бангладеш

Источник: World Urbanization Prospects: The 2002 Revision/ – www.un.org/.

Пространственная дифференциация процесса урбанизации в современном мире очень велика и мозаична. На карте мировой урбанизации резко выделяются три основных региона — США, Западная Европа, Япония; их дополняют довольно дисперсно-распространенные по большинству районов крупнейшие центры, прежде всего с населением свыше 1 млн жителей (в мире их свыше 300). В последние два десятилетия эту картину несколько меняют быстрорастущие, достаточно мощные (хотя и менее включенные в мировые политические, экономические и культурные связи) городские агломерации в Восточной и Южной Азии, а также в странах Латинской Америки и меньше — Африки. Это связано с высокими темпами роста и концентрации в них городского населения, упоминавшимися выше.

Около половины горожан мира ныне сосредоточено в Азии (в 1950 г. — около $\frac{1}{3}$), более 20 % — в Европе. На пороге XXI в. отчетливо обнаруживается усиление юго-восточно-азиатского вектора в мировой урбанизации. Это связано, помимо известного феномена послевоенной Японии, со значительным увеличением во второй половине XX в. городской массы Китая, Индии и ряда прилегающих к ним стран Восточной и Южной Азии. Азиатский вектор в урбанизации мира находит отражение в быстром росте сверхкрупных городских агломераций с населением свыше 5 млн жителей в 1970–1990 гг.

Особенно выразительно в этом отношении пополнение в списке агломераций с населением свыше 10 млн жителей по прогнозу на 2010 г. В него должны войти Джакарта, Карачи, Дакка, Дели, Манила, Бангкок, Тяньцзинь и другие агломерации в Азии.

Демографы ООН выделяют города с населением 8 млн и более жителей как мегагорода. Эта группа сверхкрупных городских агломераций растет за счет развивающихся стран. В 1950 г. только Нью-Йорк и Лондон превышали указанную численность населения, в 1960 г. к ним присоединились Токио и Шанхай, а в 1970 г. количество мегагородов увеличилось до 11, в том числе 5 приходилось на развивающиеся страны (Пекин, Сан-Паулу, Буэнос-Айрес, Рио-де-Жанейро). В середине 1994 г. на развивающиеся страны приходилось уже 16 из 22 мегагородов, а по прогнозам, в 2015 г. из 33

городов с населением 8 млн и более 27 (81,8 %) будут находиться в развивающихся странах, при этом 21 — в Азии.

В результате разрастания и постепенного слияния десятков соседних крупных городских агломераций вдоль транспортных магистралей во многих странах, прежде всего в упомянутых выше трех регионах мирового масштаба, складываются обширные урбанизированные зоны полосовидной конфигурации. Наиболее известная из них впервые была выявлена и исследована Ж. Готманном в 50-х гг. в северной части Атлантического побережья США. Ее протяженность около 1000 км, ширина достигает местами 200 км; она состоит из переходящих друг в друга агломераций Бостона, Нью-Йорка, Филадельфии, Балтимора, Вашингтона — отсюда ее название Босваш — и ряда других менее крупных (всего 40 агломераций) общей площадью 170 тыс. кв. км.

Работавший многие годы в США известный французский географ Жан Готманн дал ей название *Мегалополис*, ставшее затем нарицательным. Мегалополис (Мегаполь) в Древней Греции — центр союза аркадских городов; он возник около 370 г. до н. э. в результате слияния более чем 35 поселений. Под таким же названием вышло его монографическое исследование в 1961 г. Население этой «главной улицы» Америки насчитывает около 50 млн человек (почти 20 % всего населения), здесь производится примерно $\frac{1}{4}$ промышленной продукции США.

Другой мегалополис — Чипитс (Чикаго — Питтсбург) сформировался в США на южном побережье Великих Озер путем слияния агломераций Чикаго, Детройта, Кливленда, Питтсбурга и других — всего их 35; его площадь — 160 тыс. кв. км, а население примерно 35 млн жителей (а вместе с тяготеющей к нему агломерацией Торонто в Канаде — 40 млн). Самый молодой мегалополис страны — Сансан находится в Калифорнии; он протянулся от Сан-Франциско через цепочку центров Большой Калифорнийской долины до Лос-Анджелеса и далее до Сан-Диего и насчитывает 20 млн человек. Всего в этих трех мегалополисах концентрируется почти половина населения США.

В Канаде важнейшим звеном расселения является линейно вытянутая урбанизированная зона (ось) от Квебека до

Виндзора протяженностью около 1000 км (и шириной до 300 км); в ее пределах сосредоточено 55 % населения страны (13,2 млн человек в 1981 г.) и 73 % всех занятых в обрабатывающей промышленности. Самый большой в мире по численности населения мегалополис — Токайдо (около 70 млн человек) сложился на Тихоокеанском побережье Японии. Эта обширная урбанизированная зона протяженностью в несколько сотен километров включает в себя крупнейшие агломерации страны — Токио, Иокогаму и Кавасаки, образующие вместе с прилегающими районами столичный метрополитенский ареал (Кейхин) с населением почти 30 млн человек, Нагоя, Киото, Осаку, Кобе и другие (всего около 25). В мегалополисе Токайдо сосредоточено примерно 60 % населения страны и около $\frac{2}{3}$ ее промышленного производства.

Мегалополисы формируются и в Западной Европе; там они, как правило меньше по масштабам концентрации населения, чем в США и Японии. Выделяются своими размерами Английский мегалополис (объединяет агломерации Лондона, Бирмингема, Манчестера, Ливерпуля, и др.) и Рейнский («кольцевая» агломерация Рандстад в Нидерландах, Рейн-Рур, Рейн-Майн в ФРГ и др.); каждый из них включает до 30 агломераций общей площадью по 50 тыс. кв. км и с населением по 30–35 млн человек. Развитие мегалополисов и здесь связано с быстрым расширением крупнейших агломераций. Так, население Лондонской агломерации (в границах метрополитенского района составляет 12 млн человек, Парижской в рамках городского района) — 10 млн, агломерации Нижний Рейн-Рур — примерно 11 млн человек.

Все отчетливее намечается формирование межгосударственных мегалополисов. В качестве примера укажем на мегалополис в Северо-Западной Европе; он охватывает сопредельные урбанизированные районы 5 стран общей площадью 230 тыс. кв. км с населением 85 млн человек при средней плотности населения 350 человек на 1 кв. км: Юго-Восточную Англию, Рандстад, Рейн-Рур, бельгийско-французский район (Антверпен — Брюссель — Лилль) и Парижский район. Своеобразная урбанизированная зона мегалополисного типа в 80–90-х гг. нашего столетия складывается на юге Китая. Ее основу составляют свободные экономические зоны

Шэньчжэнь с населением 3,3 млн человек в 1995 г. (рядом с Гонконгом — 5,6 млн) и Чжухай — 1 млн человек (недалеко от Макао) и крупнейшая агломерация Южного Китая Гуанчжоу с населением свыше 4 млн человек. В начале XXI в. здесь, видимо, сформируется мощный мегалополис с населением порядка 30 млн жителей.

Быстрорастущие агломерации становятся ядрами складывающихся мегалополисов и в других развивающихся странах: Сан-Паулу — Рио-де-Жанейро — Белу-Оризонте в Бразилии, Каир — Александрия в Египте, Калькутта — Асансол — долина р. Дамодар в Индии и т. д. Несмотря на все более четкое оформление в ряде стран мегалополисов в виде обширных высокоурбанизированных зон полосовидной конфигурации, образующихся в результате срастания соседних агломераций, представления о самой сущности мегалополиса, его качественной новизне по сравнению с городской агломерацией, возможностях и перспективах развития остаются все еще не до конца ясными.

Урбанизация повлияла на все сферы человеческой жизнедеятельности, в том числе и прямо либо косвенно связанные с туризмом. Она ускорила процесс формирования городской инфраструктуры, столь необходимой для становления международных центров туристического производства, существенно обогатила цивилизацию туристическими ресурсами, которые активно создавались в ходе бурного процесса роста городов, позволила связать воедино различные районы отдельных стран и тем самым сформировать условия для производства комплексного и конкурентного туристического продукта. Во многом именно благодаря процессу урбанизации в мире существенно увеличился класс оторванных от традиций, привычек и архаичных связей с малой родиной людей, готовых на совершение длительных зарубежных поездок с туристическими целями. Процесс урбанизации влияет и сегодня на состояние мирового туризма, обеспечивая как спрос (жители высокоурбанизированных стран высоко ценят отдых в слабо затронутых цивилизацией территориях), так и предложение (за счет более современной, разнообразной и конкурентной городской инфраструктуры) на туристическом рынке.

Глава IV

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СОВРЕМЕННЫХ ГОРОДОВ

4.1. РОЛЬ ГОРОДОВ В СОВРЕМЕННОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Колоссальная роль в приеме туристов принадлежала и принадлежит городам, которые на протяжении истории всех цивилизаций были единственно возможным способом концентрации человеческого капитала, позволявшего создавать величайшие архитектурные и промышленные памятники и объекты, формировать культурно-историческое наследие поколений, развивать науку и технологии. Живущие на сравнительно небольшом географическом пространстве горожане в отличие от жителей сельской местности, в целом были освобождены от изнурительного физического труда (доля городского населения, занимающегося интеллектуальным трудом и творчеством, постоянно росла. В городах всегда была прослойка населения, материальное благосостояние которой позволяло ей заниматься исключительно творчеством и самореализацией); горожане создавали системы взаимного обмена информацией (чему способствовали не только более стремительное развитие средств связи в городах, но и банальная высокая концентрация населения), что позволяло им аккумулировать опыт и знания, а в дальнейшем и активно применять их в своей повседневной деятельности.

Жизнь в городе отличалась более высоким процентом свободного времени, что требовало появления в городах досуговой, культурной и развлекательной сфер. Высокая стоимость квадратных метров в городской черте (а это свой-

ственно не только современным мегаполисам, но и например, было весьма актуально в Древнем Риме, Вавилоне или Петербурге времен Российской Империи) делала экономически невозможным содержание огромных семей, традиционных для сельской местности. Это вело к появлению так называемой «индустриальной семьи», включавшей в себя помимо супругов (причем оба из них — работающие) максимум двоих детей. А многочисленные бабушки, родители и кузины — либо оставались в деревне, либо проживали в городах, но уже в качестве отдельной ячейки общества. Нуклеарные семьи (состоящие из родителей и несовершеннолетних детей) всегда были традиционны для крупных городских поселений. Проживание такой семьей не требовало от ее главы (или глав) непосильной работы в течение двадцати четырех часов в сутки (чего обязательно потребовало бы содержание многочисленной родни), а это, следовательно, давало возможность для появления у горожан необходимого для культурного и образовательного развития свободного времени.

Наконец, города всегда были центром концентрации капитала. В городах создавались промышленные предприятия, транспортные узлы, открывались офисы компаний и торговые дома. Ведь город с большим населением, прежде всего, колоссальный рынок сбыта, доступ к которому (в силу концентрации потребителей) существенно проще, чем например, к сельскому населению, рассеянному по огромным территориям. Города формировали основной общественный продукт как ранних, так и поздних цивилизаций, концентрировали в себе основные их достижения как материального, так и духовного свойства. Этот сплав во многом и позволял городам создавать гениальные произведения искусства, шедевры зодчества, научные открытия, которые в настоящее время превратились в объекты туристического интереса колоссальной силы.

Даже поверхностный анализ современных туристических потоков позволяет сделать вывод о том, что львиная доля путешественников направляется в города, как в крупные и известные туристические центры, так и в небольшие, но обладающие необходимой инфраструктурой курорты. В качестве туристической дестинации всегда в более выигрышном положении окажется высоко урбанизированная страна, в

которой огромное количество близко расположенных городов, связанных единой транспортной сетью. Тогда как незатронутые урбанизацией регионы страны (например, часть Сибири или Дальнего Востока, Север Канады или Бразилии, центр Австралии) или даже отдельные государства (например, Чад, Нигер, Эфиопия) остаются практически не охваченными туристическими потоками, несмотря на представленные в них порой уникальные туристические ресурсы.

Современный город как туристический центр позволяет решить огромное количество проблем, возникающих с приемом и обслуживанием туристов. Прежде всего, крупный город обязательно транспортно доступен, то есть, связан регулярным транспортным сообщением с другими населенными пунктами, в том числе и расположенными за границей. Города обладают более развитой, нежели сельская местность, инфраструктурой общественного транспорта, что позволяет прибывшим туристам легко передвигаться по территории города и непосредственно созерцать объекты туристического интереса. В городах более эффективно возможно организовать проживание прибывших гостей — благодаря высокой рентабельности гостиничного бизнеса и стоимости недвижимости инвестиции в гостиничную индустрию в городах окупаются быстрее и более доходны, а следовательно, и самих гостиничных предприятий в городских пунктах существенно больше, нежели в сельской местности. Конкуренция между ними стимулирует рост качества, предложение отельерами наиболее льготных условий сотрудничества с туристическими компаниями и внедрение льготных туристических тарифов, что увеличивает качество туристического продукта города и способствует увеличению въездного туризма в городах.

Наконец, города обладают высококвалифицированной рабочей силой, которую можно задействовать в том числе и в обслуживании прибывающих путешественников. Население городов обычно обладает более высоким уровнем образования, владеет иностранными языками, коммуникативными технологиями, что упрощает разработку и реализацию качественного туристического обслуживания. Население городов, занятое в промышленном производстве, сфере обслуживания, финансов, транспорте и так далее, обладает высо-

ким спросом на туристический продукт, в связи с чем крупные населенные пункты представляют собой огромные рынки сбыта туристических услуг.

Таким образом, современный туризм и его развитие в дальнейшем невозможно без вовлечения в туристическое производство городов и городского населения. С одной стороны, в городах присутствуют колоссальные возможности для организации приема прибывающих путешественников, с другой — города представляют собой обширные рынки сбыта для внутреннего или зарубежного туристического продукта. Не удивительно, что изначально туризм развивался именно в городах, да и в настоящее время в структуре туристических потоков преобладают туристические обмены между крупными населенными пунктами.

Города как туристические центры предлагают возможности для развития, прежде всего, познавательного, делового, событийного, культурного и даже рекреационного туризма. В рамках курса страноведения будут рассмотрены возможности городов как туристических центров, а также будет сделана попытка классифицировать города как центры познавательного, делового и культурного туризма.

4.2. ГОРОДА КАК ЦЕНТРЫ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Города были и остаются местом концентрации достижений человеческой цивилизации, благодаря их историческому предназначению, культурному, научному потенциалу (более высокому, нежели у сельской местности), а также более прозаичным причинам, например, тому, что основные доходы и финансовые потоки концентрировались именно в городах, а это давало возможности для строительства, например, крупных соборов, дворцов, каналов или мостов, создания музеев и театров, галерей и выставочных залов. Городские власти, обладая существенно большими бюджетами для своего развития, имели возможности для улучшения собственной социальной инфраструктуры, могли, например, разбивать парки, обустраивать набережные, мостить улицы и пло-

щади, сооружать фонтаны и памятники, благодаря чему города приобретали свой неповторимый облик, формируя комплекс объектов туристического интереса. В крупных городах жили и творили выдающиеся архитекторы, скульпторы, художники, поэты, писатели, композиторы, драматурги — все они формировали неповторимый культурный потенциал своего города, который в настоящее время можно также расценивать как часть туристического.

Туристический потенциал современного города во многом определяется его историей. При этом важна не только длительность истории города (сегодня на карте мира существует огромное количество древних городов с тысячелетней историей, которые, однако, практически неизвестны массовому туризму), но и роль города на том или ином историческом этапе своего развития. Как и любой живой организм, город мог проходить в своей эволюции периоды необычайного расцвета и подъема, так и времена запустения, в течение которых экономическая, политическая, культурная роль города была незначительной и незаметной.

На смену стадий в развитии городов оказывало влияние множество геополитических факторов, например таких, как войны. Города могли физически разрушаться (например, Карфаген, Рим), либо присоединяться к более крупным и сильным державам на правах провинции (Афины или Александрия в составе Римской Империи), что непременно приводило к ослаблению позиции города в мировой культурной, торговой, политической жизни.

Города существенно зависели от процессов в государстве, на территории которого они располагались. Государство могло укрепляться, расширять свои границы, что приводило, например, к ослаблению ранее приграничных городов (расширение границ подрывало позицию городов-форпостов, лишало их финансирования из столицы). Страна могла распасться на составные части, перейти к федеративному или конфедеративному устройству, что непосредственно влияло на статус провинциальных населенных пунктов. Наконец, в стране мог просто произойти перенос столицы — к данной практике стали прибегать первые лица государств еще во времена Римской Империи (например, перенос столицы из Рима

в Равенну или в Константинополь), да и в настоящее время этот инструмент используется для стратегирования экономического и социального развития отдельных регионов государств (например, создание новой столицы в Пакистане, Бразилии, перенос столицы в Нигерии, Австралии, Казахстане).

Зависимость городов от экономического и культурного развития государства, на территории которого они были расположены, также имела явное выражение. К примеру, основные значимые памятники Рима были построены во времена Римской Империи, а также эпохи Возрождения, когда не было ни одной страны в мире, способной оспорить лидерство Древнего Рима или Папской области (единой Италии не было с VI по XIX век). Мадрид как столица Испании, Лиссабон как португальский центр в основном застраивались прекрасными зданиями в период колониального расцвета этих метрополий (после «революции цен» и затопления «Непобедимой Армады» Испания полностью передала роль лидера мирового прогресса Англии и превратилась в страну «окраинного» развития, не оказывавшую какого-либо воздействия на ход европейской истории). Париж или Орлеан стали культурными центрами лишь после окончательного объединения Франции, ее победы в Столетней войне. То же самое можно сказать о Берлине или Мюнхене. Феноменальным можно считать развитие Флоренции и Болоньи — городов, лидерство которых было основано не на экономической или политической мощи, а лишь на культурном потенциале в период Ренессанса.

Смену стадий расцвета и запустения городов во многом также определяло состояние торговли и общие показатели экономического развития. Так, в Европе изначально развивались города вдоль побережья Средиземного моря — главной водной артерии Древнего мира и Средних веков. Воды Средиземного моря связывали в единый рынок города Северной Африки, Южной Европы и Леванта. Тот город, который смог стать монополистом в торговле на Средиземном море однозначно становился лидером европейской цивилизации, именно за владычество на Средиземном море велись основные войны, плелись заговоры на протяжении тысяч лет.

Однако с открытием колоссальных ресурсов Нового Света, география мореплавания и торговли существенно расширилась. Теперь лидерами мирового прогресса стали страны, имеющие выход к Атлантике — среди них можно выделить Великобританию, Испанию, Португалию, Нидерланды и в меньшей степени Францию, тогда как бывшие безусловными «владычицами морей» Венеция и Генуя превратились в захолустья и потеряли всяческий импульс к дальнейшему развитию и росту.

Развитие авиации и железных дорог во многом сократило первоочередное значение города как океанского порта — стимул к развитию получили города, расположенные внутри континента, но в непосредственной близости от сухопутных путей, от мест добычи необходимых для промышленного развития ресурсов, либо занимающие выгодное транзитное положение. Строительство искусственных каналов привело к появлению новых стратегических зон экономического и торгового развития, что стимулировало развитие существовавших (Порт-Саид), либо строительство новых (Панама, Суэц) населенных пунктов.

Исторические этапы в развитии городов были во многом определены той ролью, которую предписывали городам в момент их основания. Если провести поверхностный анализ процесса появления городов, можно выделить несколько причин их создания.

Прежде всего, город мог развиваться как центр торговли (например, Карфаген, Тир, Константинополь, Киев). Для таких городов чрезвычайно важным является их географическое положение непосредственно на торговых путях. Торговыми путями в течение сотен лет оставались глади морей, рек, океанов, а также традиционные сухопутные маршруты (например Великий Шелковый путь).

Для приморского города было важным расположение внутри глубоководной, незамерзающей бухты естественного происхождения, наличие источника пресной воды (например, впадающая в море река), длинная береговая линия (для организации обслуживания судов), наличие доступа к дешевой древесине (для строительства и ремонта судов). Такие города имели прочные связи с другими портами, обслуживали ко-

рабли и перевозимые грузы. Изначально городской доход складывался за счет транзита грузов, позднее эти города могли превратиться в крупный потребительский рынок или производителя популярных товаров на экспорт. Весьма выгодным было положение городов у входа в проливы (Гибралтар, Константинополь, Гелиболу, Сингапур), что давало населенному пункту неоспоримые конкурентные преимущества.

Расположение городов вдоль судоходных рек тоже трудно переоценить. Движение по рекам позволяло транзит грузов между морями (например, «Путь из варяг в греки»), корабли могли подниматься против течения рек из морей, чем обеспечивали выполнение городом своей транзитной роли. Так, все города Древнего Египта были связаны Нилом — не только рекой жизни, но и практически единственной транспортной артерией страны. Города Древней Руси возникали в рамках транспортного коридора «Пути из варяг в греки», который вел из Балтийского в Черное море и связывал воедино Североевропейские и Южноевропейские цивилизации.

Города Востока развивались в рамках Великого Шелкового пути и выполняли важную торговую и транзитную роль. Кабул, Герат, Бухара, Самарканд, Мешхед, Дамаск «подключали» к Великому Шелковому пути собственные рынки (как производителей уникальных товаров, так и потребительские), а также выполняли традиционные транзитные функции (хранение товаров, погрузо-разгрузочные работы), что формировало экономический хребет развития Ближнего Востока, Средней Азии и Индии, основанный, прежде всего, на торговле.

Торговля в условиях прогресса цивилизаций меняла свою географию — менялись торговые пути, конъюнктура мировых рынков трансформировала потребительские рынки и рынки сбыта. Это существенно сказывалось на роли торговых городов. Как пример, можно привести уже указанный выше опыт Венеции и Генуи. Также, с развитием мореплавания и открытием морского пути в Индию, существенно сократилась роль Великого Шелкового пути — крупнейшие торговые города Индии переместились на ее побережье (Бомбей, Калькутта), тогда как ранее бывшие лидерами в торговле с Западом населенные пункты Северной Индии (в том чис-

ле и Дели) пришли в упадок. Развитие мореплавания в Тихом океане «отключило» от Великого Шелкового пути Китай и Корею (гораздо дешевле и быстрее было вести грузы в Европу морем), что привело к ограничению Великого шелкового пути государствами Ближнего Востока и Центральной Азии (да и шелк по этому пути уже больше не возили, ограничив ассортимент товара дамасской сталью, персидскими коврами, ювелирной продукцией) и его трансформации (теперь Путь кончался не в Европе, а на Ближнем Востоке, откуда товары грузились на корабли и везлись на запад, что дало импульс для развития торговых Бейрута, Латакии, Искандеруна, Порт-Саида и Стамбула).

Знаменитый российский «Путь из варяг в греки» с развитием мореплавания вокруг Европы пришел в упадок. Российские города (Киев, Великий Новгород, Смоленск) были надолго отброшены в своем торговом и экономическом развитии и пришли в запустение. До Петра I морская торговля в России развивалась только через порт Архангельска, лишь к XVII веку Россия, получив выход к морям, приобрела статус морской державы, и не удивительно, что самыми быстро развивающимися городами Империи стали Санкт-Петербург и Таганрог. Позднее, развитие пароходства на Волге стимулировало появление и бурный рост Царицына, Самары, Саратова, Нижнего Новгорода, роль которых как транзитных торговых городов была упрочена в советские годы строительством уникальной системы шлюзов и каналов.

Второй причиной создания городов является их производственное предназначение. Города могли создаваться вблизи мест добычи природных ископаемых, что в дальнейшем предвещало их роль как промышленного центра. Примерами таких городов являются металлургические центры Великобритании (Манчестер, Лидс, Ливерпуль), Германии (Рурская область), центры автомобилестроения США (Детройт), СССР (Тольятти) и так далее. Промышленные города превращались в место концентрации промышленного капитала, постепенно «обрастали» финансовой и технологичной сферой, развивали собственную сферу услуг, одновременно становились и крупными центрами потребления (рост потребительского рынка).

Интересно отметить, что в связи с тем как менялись стадии промышленного прогресса (что отражалось, прежде всего, на популярности того либо иного производственного ресурса), менялась и роль городов. Так, в угольную эру развивались, к примеру, немецкий Рур или советский Донбасс (первый советский мегалополис). Однако с вытеснением угля нефтью происходит переход палмы первенства нефтедобывающим городам и регионам (современная Тюмень, Ханты-Мансийск в России, Маракайбо в Венесуэле, столицы арабских государств Персидского залива). Тогда как ранее процветавшие шахтерские города приходят в упадок и вызывают «головную боль» у правительств, вынужденных решать огромное количество социальных проблем, прежде всего связанных с трудоустройством населения «угольных регионов» (например, проблемы шахтеров Великобритании весьма жестко решались Маргарет Тетчер, французский Эльзас и Лотарингия до сих пор — большая тема для Национального Парламента).

Прогрессивные отрасли промышленности (машиностроение, авиастроение, легкая промышленность, пищевая промышленность) стимулируют развитие городов-промышленных центров, тогда как депрессивные отрасли вызывают социальные проблемы в этих городах, отток населения и общий упадок. В последние годы весьма ценным ресурсом становятся технологии, квалифицированные знания и информация, что вызывает стремительный рост городов, обладающих (в результате развития, прежде всего образования и науки в них) соответствующим потенциалом. Появляются специализированные наукограды, главный ресурс развития которых — квалифицированная рабочая сила и знания. Наконец, не стоит забывать о туристическом потенциале развития городов, наличие которого стимулирует развитие туризма и общий расцвет города.

Третья историческая причина появления городов — это желание «закрепиться» на определенной территории, присоединенной к государству. Правители в таком случае создают населенный пункт, изначально нацеленный на защиту рубежей, выполняющий функции форпоста. Город служит опорой для государственной власти на вновь присоединенных

территориях, и в случае обострения ситуации на границах способен оказывать сопротивление врагам.

Города-форпосты появились во времена Римской Империи, до этого в истории не было периодов относительной стабильности и мира даже на весьма ограниченных территориях и потому каждый город представлял собой форпост, способный выдержать длительную осаду и дать отпор врагам. Однако Римская Империя, границы которой окружали по периметру огромные территории вокруг современной Италии, достигла внутри своих границ единого правового поля и суверенитета, превратившись в единое, крепкое государство со строгой властной иерархией и оформленным взаимодействием провинций и центра. Внутри Империи воцарился мир и спокойствие, развивалась торговля, культурная жизнь, строились дороги. Необходимость превращать каждый город империи в крепость отпала ввиду того, что военные действия велись только на границах, которые были весьма удалены от центров Империи. Да и сами города росли столь стремительно, что возводить крепостные стены вокруг новых кварталов было практически невозможно.

Лишь на беспокойных границах Римской Империи оставалась необходимость в укрепленных населенных пунктах, способных в случае военных действий дать отпор варварам и не допустить их в глубь имперских территорий. Города-форпосты строились в естественно защищенных местностях (окруженные водами рек, стоящими на возвышении) с массивными крепостными стенами и бойницами. В них большая часть внутренней территории отводилась под нужды военных (создавались казармы, арсенал, развивались предприятия, обслуживающие военных). Города щедро финансировались из государственной казны и постепенно превращались в центры развития провинциальных территорий — они привлекали местное население, становились центром торговли, промышленного развития. Большинство европейских городов было создано в качестве форпостов Римской Империи, однако надолго пережили саму Империю, получив иные, отличные от функций обороны, ресурсы для своего дальнейшего развития. История роста территории Римской Империи зафиксирована в городах, которые в различные истори-

ческие периоды выполняли функции форпостов Империи. Так, более ранними форпостами римлян были современные Милан, Турин, Триест (современная Италия), немногим позднее — Вена, Будапешт, Мюнхен, Таррагона, Париж и Лондон.

Четвертой причиной возникновения городов можно считать так называемую пассионарную причину, согласно которой город создавался по инициативе определенного правителя, причем без очевидных причин и ресурсов дальнейшего развития этого населенного пункта. Правители могли преследовать любые цели — от простого «закрепления» на завоеванных землях до стратегических планов развития отсталых территорий, зарождения в них промышленных и торговых центров. Создание таких пассионарных городов обычно обходилось государству в астрономические суммы, причем не только материальные, но и измеряемые человеческими жизнями. Примеров строительства новых столиц по инициативе правителей достаточно в мировой и российской истории. Так, Петербург строился «в гиблом месте», на болоте и костях крепостных. Даже камня для облицовки набережных и мостовых поблизости не было — все везли из удаленных регионов Российской Империи. Города пассионарного происхождения чаще всего сразу же получали столичный статус, первые лица государства избирали его местом своего проживания. В них возводились амбициозные и дорогостоящие проекты, делались попытки развития города по строгому плану и в полном соответствии единству архитектурной и градостроительной стилистики.

Пассионарные города весьма часто и умирали после смерти своих создателей, но построенные наиболее дальновидными и стратегически мыслящими из них — продолжали развиваться и расцветали, обретая иные ресурсы для своего роста (например, Петербург очень скоро стал крупнейшим центром торговли с Западной Европой, культурной столицей Российской Империи и крупнейшим ее населенным пунктом; созданный на пустом месте Бразилиа превратился в связующий богатую ресурсами Амазонию и технологически развитое побережье Бразилии с огромным количеством торговых городов узел).

Вне зависимости от того, какую роль изначально прочили формирующимся городам, они в своем историческом раз-

витии могли эффективно использовать иные, предоставляемые геополитической, экономической и социальной атмосферой функции, достигая своего расцвета и переживая периоды спада. Так, созданная римлянами в качестве форпоста Вена весьма скоро стала крупным торговым центром, благодаря своему месторасположению на берегу Дуная и в географическом центре Европы. В дальнейшем Вена стала столицей крупнейшей империи Европы, средоточием европейской культурной и экономической жизни.

Бесспорно, очень сложно классифицировать города во всем их многообразии. Каждый город уникален благодаря как своему месторасположению, так и истории, культуре местных жителей и так далее. Нельзя найти что-то общее, например, у Вены и Праги, Парижа или Рима. Вместе с тем, учитывая причины возникновения, исторические этапы развития, культурные и градостроительные особенности современные города можно весьма условно разбить на крупные группы, каждая из которых обладает собственными уникальными особенностями и туристическим потенциалом. Так, на современной карте мира можно выделить: европейские, русские, арабские, восточные и колониальные города.

4.3. ЕВРОПЕЙСКИЕ ГОРОДА КАК ЦЕНТРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Современный европейский город, прежде всего, — это уникальное смещение исторических типов архитектуры и градостроительства, что объясняется колоссальным историческим прошлым континента. Многие европейские населенные пункты представляют собой настоящие музеи под открытым небом, в которых можно найти античные, средневековые залы, залы эпохи Ренессанса, классицизма, романтизма, зоны современной архитектуры... Большинству городов Европы как минимум одна тысяча лет. Учитывая тот факт, что в Европе (особенно в южной) крупные сооружения всегда строились из камня (древесина была дорогой), многие памятники архитектуры сохранились до наших дней и теперь составляют неотъемлемую часть облика европейских городов. Вой-

ны, в результате которых уничтожались целые города, пережила лишь центральная и восточная Европа, тогда как на юге и в Скандинавии прекрасно сохранились города и кварталы, которым уже более двадцати столетий от роду.

Облик европейских городов формировался под влиянием античных ордеров, особенностей градостроительства Средневековья, Нового (период промышленной революции) и, наконец, Новейшего времени XIX–XX веков. Эти исторические этапы существенно отличались друг от друга принципиальными особенностями и подходами как к планировке городов, так и внешнему виду кварталов и зданий. Все они в совокупности формируют внешний вид и атмосферу современного европейского города.

Античная эпоха оставила не только непревзойденные образцы градостроительного искусства, запечатленные в частично сохранившихся ансамблях и сооружениях, но и обширное наследие в поразительной по масштабам и охвату территории «географической экспансии городов» — распространении их сети из одного или немногих материнских городов на обширные территории.

В VIII–VII вв. до н.э. выходцами из городов материковой Греции, с островов и побережья Эгейского моря были основаны сотни городов на берегах Средиземного и Черного морей. В IV–III вв. до н.э. появились многочисленные эллинистические города на Востоке; позднее во II–I вв до н.э. создавались сотни городов эпохи римского градостроительства. При этом были выработаны многие важнейшие принципы и приемы не только архитектурного искусства, но и выбора мест для городов, их территориальной организации и застройки, учета природных условий. Никогда раньше в истории человечества и примерно в течение 1000 лет после падения Рима этот феномен массового строительства городов на огромной территории не повторялся.

Эволюция и этапы строительства древнегреческих городов соответствуют общепринятой периодизации истории Древней Эллады. Непосредственно расцвет эллинских городов пришелся на так называемый архаический период греческой истории (VII–VI вв. до нашей эры), когда прогрессирующее разделение труда, отделение ремесла от сельского хо-

зяйства, образования полисов и утверждение рабовладельческого строя сопровождаются быстрым ростом населения, развития морской торговли, и следовательно, сети греческих факторий, подавляющее большинство из которых развивались на побережьях Средиземного, Черного и Азовского морей. О размере необычайной в истории градостроительства деятельности свидетельствует тот факт, что только из Милета было основано 75 колоний¹.

Классический период (V–IV вв. до н.э.) ознаменован расцветом Греции и «золотым веком» Афин, когда в городе, ставшем центром Древней Греции, сооружаются Акрополь и его выдающиеся сооружения – Парфенон, Пропилеи, Эрехтейон под руководством скульптора Фидия. В это время наряду с историей, физикой, математикой и философией, развивается наука градостроительства (отец истории Геродот сформулировал важные указания о выборе площадок под строительство городов с точки зрения влияния природных условий, а Гипподам разработал прямоугольную планировку городских кварталов и применил свои разработки при планировке Пирея, Милета и ряда других важных полисов).

Колоссальна была градостроительная деятельность Александра Македонского (эллинистический период) и его преемников – создание многих сотен городов на новом месте или на базе существовавших поселений, но всегда в ключевых и стратегически важных (с точки зрения обороноспособности и развития торговли) местностях. Среди них можно выделить огромные – Александрию Египетскую и Антиохию (Сирия), а также множество менее значимых александрий, селевкий и других городов в различных частях эллинского мира.

Сооружая свои города, греки могли строить не испытывая давление деспотической власти, как, например, древние египтяне или жители древнейших государств Месопотамии. Греческий город отличало то, что он принадлежал свободным людям, образующим полисы.

Греческие города почти всегда находились либо на побережье моря, либо в непосредственной близости от водоема. На морских побережьях площадки для городов выбирались

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

в ключевых пунктах по отношению к морским и сухопутным путям, при этом религиозный и мифологический флер не мешал трезвому расчету и тщательному анализу всех обстоятельств и особенностей местности. На морском берегу площадки для строительства обычно выбирались либо на полуострове (Милет, Пирей), что позволяло существенно экономить на оборонительных сооружениях — стенах и башнях; либо на берегах проливов (Византий, Пантикапея), что позволяло будущему городу контролировать проход проливов торговыми или военными судами.

Бухты, в глубине которых строились города, выбирались мелководные, с отмелями, где гребные суда можно было ремонтировать, строить и так далее. Обычно в городах устраивались две гавани — одна меньшая, но сильнее защищенная — для военных кораблей; другая — для торговых. Обе гавани окружались оборонительными стенами. Эллинские города, удаленные от морских побережий, обычно располагались вдоль течения крупных рек (чтобы морские корабли могли подниматься до города), либо на пересечении важных сухопутных дорог.

В центре греческого города возвышался акрополь (верхний город) с главными храмами и общественными сооружениями. В непосредственной близости от акрополя — агора — рыночная площадь, которая одновременно служила и местом для публичных мероприятий. От акрополя вниз террасами сбегали жилые и ремесленные кварталы, обычно отделенные друг от друга либо внутренними стенами, либо широкими улицами. Легкий уклон в рельефе города (от центра города к крепостным стенам) позволял решить проблему оттока сточных вод; искусственные террасы делали греческие города живописными, а жилые кварталы — вентилируемыми и хорошо инсолированными. В планировке городов Древней Греции очевиден определенный прогресс — если планировку полисов, например, ранних Крито-Микенского или гомеровского периодов, можно назвать хаотической (запутанная система улиц отдельным островом среди сплетения которых выступают акрополь и несколько агор), то созданные в более поздние периоды города отличает наличие четкого прямоугольного плана. В крупных городах (например в Алек-

сандрии) греки обустривают общественные набережные, насыпают искусственные дамбы, активно строят мосты.

Строительство в Древней Греции велось в строгом соответствии со специально разработанными ордерами, которые представляли собой художественное осмысление конструктивно целесообразной стоечно-балочной системы. Созданные три ордера (дорический, ионический и коринфский) различались по формам, но выражали одну ясную функциональную идею: разделение элементов сооружения на несущие (столбы, колонны) и несомые (балки, архитрава), покоящиеся на них. Греческие общественные здания (библиотеки, дворцы, храмы) щедро декорировались барельефами и скульптурой.

Пример 1. Афинский Акрополь – памятник архитектуры Древней Греции

На протяжении тысячелетий Акрополь является символом Афин, священной скалой, представляющей собой связующее звено между величественной цивилизацией древней Греции и современностью. Акрополь с его памятниками, историей и мифологией по праву является предметом гордости афинян. Какой город не позавидует его непреходящей славе!

ДРЕВНИЙ ТЕАТР ДИОНИСА

Вход в археологическую зону находится на южном склоне Акрополя, со стороны улицы Дионисиу Ареопагиту (Дионисия Ареопэгита). Поднимаясь на холм Акрополя, можно увидеть слева один из древнейших театров в мире – театр Диониса. В V веке до н.э. четыре великих древнегреческих драматурга (Эсхил, Аристофан, Еврипид и Софокл) впервые представили здесь на суд публики свои произведения. Первоначально койлон (ряды сидений) и проскенион (сцена) были из дерева. Их реконструкция в мраморе была произведена в IV веке до н.э. В наше время сохраняются лишь фрагменты каменного койлона. По мнению специалистов, театр вмещал 17.000 зрителей.

ПОРТИК ЭВМЕНА

Поднимаясь по склону Акрополя, можно увидеть портик Эвмена — крытую колоннаду, построенную во II веке до н.э. Эвменом II, царем Пергама. Портик был построен, чтобы служить укрытием от непогоды или слишком сильного солнца для зрителей, собиравшихся в театре Диониса. Проходя через портик, видны руины Асклепейона, святилища бога-врачевателя Асклепия. Храм был построен в 429 году до н.э. после эпидемии холеры, поразившей население древних Афин.

ОДЕОН ГЕРОДА АТТИКА

Геродеон, как его зовут современные греки, был сооружен в 161 г. Тиберием Клавдием Аттиком Геродом. Это был выдающийся человек своего времени, педагог и философ, получивший в наследство от отца значительное состояние. Крытый Одеон был построен им после смерти жены Ригиллы и предназначен для музыкальных представлений, посвященных ее памяти. В древности в Одеоне обычно устраивались музыкальные концерты и декламации литературных произведений, а в наше время здесь каждое лето проводится Афинский фестиваль.

СВЯЩЕННАЯ СКАЛА

Памятники Акрополя относятся к самым разным хронологическим периодам (от доисторической эпохи до конца античности), а архитектурный ансамбль, который предстает взгляду современного посетителя, сложился в V веке до н.э. Именно в этот период Афины вступили в пору расцвета, имевшего определяющее значение для формирования европейской цивилизации. Кроме древних зданий на вершине скалы расположен также Музей Акрополя.

ПРОПИЛЕИ

Возведение этого знаменитого входа на территорию архитектурного комплекса Акрополя было частью программы Перикла. Пропилеи были построены между 437 и 432 гг. до н.э. знаменитым афинским архитектором Мнесиклом. Пройдя через Пропилеи, можно увидеть слева Эрехтейон, а прямо перед собой — Парфенон.

ХРАМ АФИНЫ-ПОБЕДИТЕЛЬНИЦЫ (НИКИ АПТЕРОС — «БЕСКРЫЛАЯ»)

Храм построен примерно в 420 году до н.э. в память побед греков над персами. Архитектором его был Калликрат. Место возведения храма, к югу от Пропилеи, столь уникально, что уже в доисторические времена здесь находилось культовое здание.

ПАРФЕНОН

Красота, гармония и грация этого здания сохраняются на всю жизнь в памяти каждого посетителя. В настоящее время на территории храма ведутся реставрационные работы, начатые в 1983 году, и вход в Парфенон не разрешен, что, однако, не мешает подробно познакомиться с этим замечательным памятником. Первоначально на месте Парфенона стоял монументальный архаический храм, датируемый VI в. до н.э. На его руинах и было воздвигнуто классическое здание из белого пентелийского мрамора — храм Афины Парфенос (Девы), построенный и оформленный между 447 и 432 гг. до н.э. Строительство Парфенона примерно совпадает со временем правления Перикла, по праву считающимся золотым веком Афинского государства. Архитекторами Парфенона были Иктин и Калликрат. Во внутреннем помещении классического храма находилась статуя богини Афины из золота и слоновой кости работы знаменитого скульптора Фидия. По традиции, у этой скульптуры завершалась торжественная процессия в день празднования Великих Панафиней (праздник, посвященный Афине и отмечавшийся раз в четыре года). Изображение процессии можно увидеть на фризе Парфенона.

СТАТУЯ АФИНЫ ПАРФЕНОС

В древние времена внутри Парфенона стояла десятиметровая статуя богини Афины Парфенос (Девы) в военном облачении. В правой руке Афина держала двухметровую скульптуру богини Победы Ники. Памятник имел деревянный каркас, обнаженные части статуи Афины и целиком скульптура Ники была исполнена из слоновой кости, а одеяние и шлем Афины — из съёмных листов чекан-

ного золота (отсюда и название статуи хрисоэлефантинная, т.е. сделанная из золота и слоновой кости). В первые годы византийского периода памятник бесследно исчез. Сведения, которые имеются сегодня в нашем распоряжении, почерпнуты из произведений древних авторов и из подробных описаний Павсания, знаменитого греческого путешественника II века. Ценным источником информации об утраченной статуе послужили также найденные копии, важнейшая из которых — Варвакиос Афина.

ЭРЕХТЕЙОН

Эрехтейон был построен в 420—406 годах до н.э. в наиболее священной, по представлениям древних греков, части Акрополя. Согласно преданию, на этом самом месте состоялся знаменитый спор Афины и Посейдона, и от удара копы будущей покровительницы Афин здесь произросла олива, считавшаяся самым священным символом богини. Впоследствии, во время персидского вторжения, то оливковое дерево было уничтожено, но, как гласит легенда, чудесным образом произросло вновь после окончательного изгнания персов из Афинского государства. Портик кариарид. Кариатидами называются статуи юных девушек, поддерживающих перекрытие южного портика храма. В настоящее время на месте античных статуй установлены копии. Четыре оригинальные скульптуры можно увидеть в музее Акрополя, пятая находится на реставрации в лаборатории того же музея, а шестая выставлена в Британском музее.

АРЕОПАГ

Ареопаг — это старейший в мире античности суд, место, вызывавшее особое почтение в древние времена. Здесь располагался первый аристократический парламент античных Афин. Со временем он начал терять свою политическую силу и, начиная со второй половины V века до н.э., его полномочия свелись исключительно к исполнению правосудия и преимущественно к судебным разбирательствам по делам об убийствах. Именно в этом суде проходил описанный в Орестиаде процесс над Орестом, судимым

за убийство своей матери Клитемнестры и ее любовника Эгиста. Надпись на бронзовой плите, установленной в основании скалы, сообщает о том, что именно с этого места апостол Павел произнес свою первую проповедь к афинянам в 51 году от Р.Х.

ПНИКС

Пникс расположен между холмом Муз, на вершине которого стоит памятник Филопаппу, и холмом Нимф, где была обнаружена гробница Кимона и где ныне возвышается здание Афинской обсерватории. Территория Пникса, имеющая форму полукруга, служила местом народных собраний. Трибуной служило скалистое возвышение в центре. На Пникс собирались все граждане Афин. Предполагается, что терраса Пникса могла вместить до 10 000 человек.

По материалам: <http://www.rusplace.gr>

В эпоху Древнего Рима географический и градостроительный опыт человечества в сооружении городов еще более расширился. Основанный в 753 году до н.э. Древний Рим за 12 веков своего существования создал огромную рабовладельческую империю. Впервые в истории человечества в границах одной державы, которая в отличие от Древней Греции могла считаться единым государством, оказалась столь обширная территория, населенная различными народами с их сложившимися многовековыми традициями. Римляне эффективно и энергично усваивали этот опыт и традиции. Так, завоевав Грецию, римляне в значительной мере оказались под влиянием греческой культуры, в том числе римлянами был перенят и греческий опыт строительства городов. В дальнейшем римляне необычайно расширили рамки градостроительства, подчинили его стратегическим задачам расширения огромной империи и управления ею. Они развили технические основы градостроительства, создали много новых видов сооружений (например, колонны, форумы, амфитеатры, цирки, акведуки, термы, базилики, мосты, дороги), разработали новые типы конструкций (аркады, купола), что способствовало их возможностям сооружать колоссальные здания и комплексы зданий, сохранившиеся до наших дней.

В мастерстве выбирать живописную и удобную местность для строительства городов, римляне сильно уступали древним грекам — у них в подчинении находились тысячи рабов и огромные денежные средства. По этой причине римлянам было проще сравнять с землей огромный холм или засыпать овраг, протянуть колоссальный (и по сегодняшним меркам) акведук, перекинуть мост или вырубить дорогу, нежели тратить время и силы на поиски максимально подходящего места для будущего города. Зато римляне обладали колоссальным опытом стратегирования, и практически все основанные ими города (а их количество превышает сотню) как в Европе, так и на Ближнем Востоке, Северной Африке были построены в максимально удобных, важнейших с точки зрения торговли и обороноспособности точках, что во многом определило их расцвет и даже приобретение столичного статуса спустя века и тысячелетия. Так, к примеру, современные столицы Париж, Лондон, Вена, Будапешт, как и крупнейшие города Европы — Лион, Милан, Кельн, Страсбург, Трир — появились как римские оборонительные пункты и верно служили форпостом Римской Империи, а спустя сотни лет (уже после падения Рима) стали процветающими во многом благодаря своему географическому месторасположению.

Безусловно, жемчужиной римского градостроительства и архитектуры является сам Рим, город который был центром человеческой цивилизации в течение более чем тысячелетия. В отличие от греческих полисов, в римских городах и особенно в Риме ощущалась имущественная дифференциация, расслоение общества по сословиям и в зависимости от получаемых доходов. В Риме, расположенном на вершинах семи холмов и в низинах между ними, были явно выражены престижные районы (обычно, хорошо вентилируемые вершины холмов), в огромных виллах, утопающих в зелени парков и садов, в которых селилась знать — патриции, римские олигархи и чиновники; а также называемые клоакой (изначально Клоака — имя собственное, означавшее наименование беднейшего квартала имперской столицы) кварталы простолудинов с узкими и зловонными улицами, которые солнце практически не освещало, убогими домишками, лишенными всяческих коммунальных благ и удобств.

Во времена поздней Римской Империи, когда столица практически «ломила» от свозимых ценностей и богатств, награбленных в провинции, в рамках городских стен шло прямое наступление богатых кварталов на трущобы. Бедные кварталы поджигались, а в дальнейшем на пепелищах строились высотные (до шести этажей) доходные дома, отдельные комнаты которых сдавались в наем иногородним и местным жителям. Этот процесс во многом традиционен для крупных городов (Рим имел постоянное население превышавшее один миллион жителей), недвижимость в которых обладает высочайшей стоимостью.

Пример 2. Древний Рим

Основание Рима. Ежегодно 21 апреля римляне празднуют день рождения города в память об основании Рима легендарным Ромулом в 753 г. до н.э. Археологические раскопки показали, что в 1000 г. до н.э. на Палатинском, Эсквилинском и Квиринальском холмах уже существовали небольшие поселения. В 7 в. до н.э. все три поселения слились воедино, а Капитолийский холм был присоединен как укрепление. Болотистая местность у его подножия была осушена, и на ее месте вырос Форум. Вся эта территория была обнесена защитной стеной. Таким образом была обозначена первоначальная граница Рима. Известный тогда как город на четырех холмах, он был окружен ровом для защиты от нападений извне.

Республиканский Рим. По преданию, первые городские стены Рима были построены этрусским царем Сервием Туллеем в 6 в. до н.э., однако сохранившиеся фрагменты т.н. Сервиевой стены датируются лишь 4 в. до н.э. Вероятно, эта стена была построена после вторжения в 390 г. до н.э. галлов. К закрывавшимся на ночь воротам из разных провинций подходили дороги, пересекавшие Тибр по каменным арочным мостам. По параллельной системе акведуков в город подводилась вода с дальних холмов по закрытым лоткам, которые поддерживались столбами каменных арок.

Вода распределялась по сети городских фонтанов, отхожих мест и общественных бань. Пресные поверхностные и дождевые воды, а также паводковые воды Тибра отводили по искусно выполненной системе подземного стока. Наиболее известный из них — Клоака Максима — был сооружен в 3 в. до н.э. для осушения Форума. Он функционирует и сейчас.

Гражданским центром республиканского Рима был Форум, где римляне занимались важной политической и общественной деятельностью, а также торговлей, посещали храмы. Здесь под открытым небом созывались народные собрания, на которых решали принципиальные вопросы и слушали выступления ведущих политиков. Беседы, заключение сделок и судебные заседания устраивались в храмах Порция и Эмилия, имевших вытянутую форму, с деревянными крышами и боковыми приделами. Оба здания освещались через окна верхнего яруса. На Форуме находились также издавна почитаемые храмы Весты, богини-хранительницы домашнего очага и семьи, и Диоскуров, божественных близнецов, спасших Рим во время войны.

Императорский Рим. Август обновил Рим. При нем число районов увеличилось с 4 до 14. Город распространился за пределы Сервиевой стены в Марсово поле — на плоскую равнину, примыкавшую к историческому ядру Рима с северо-востока. Август не только осуществлял определенный план застройки, но также учредил специальную муниципальную службу, выполнявшую противопожарную и полицейскую функции.

На протяжении императорского периода частные дома становились все более роскошными, а самые зажиточные граждане строили просторные виллы на тенистых склонах холмов. Эти особняки имели собственные бани и библиотеки и были окружены садами, украшенными фонтанами, беседками и статуями. Императорские архитекторы воздвигали громадные строения из бетона, отделанные снаружи каменными плитами, штукатуркой и яркой мозаикой, и часто украшали их позолоченными скульптура-

ми. Большинство знаменитых строений античного Рима было создано именно в имперский период. Почти все они теперь лежат в руинах, однако Пантеон, т.е. «храм всех богов», все еще во многом сохраняет свой первозданный вид. Он был сооружен во время правления Августа и реконструирован при Адриане.

Императоры щедро предоставляли денежные средства для развития и расширения городского хозяйства, однако наибольшие суммы тратились на публичные зрелища. Такие зрелища устраивались во время праздников, которых насчитывалось более ста в год. В I в. до н.э. большие полукруглые театры были сооружены при Помпее (на 27 тыс. сидячих мест), Бальбе (на 7,7 тыс. мест) и Марцелле (14 тыс. мест) для постановок бурлесок, балета и шумных музыкальных комедий. Позднее стали строить амфитеатры. В центре их находилась арена, на которой проводились бои гладиаторов. Самый известный из амфитеатров Колизей, вмещавший ок. 50 тыс. зрителей, был построен ок. 80 г. н.э. Это сооружение в плане имеет овальную форму, его периметр 524 м. Стены, сложенные из блоков травертина, делятся на четыре яруса (нижние три представляют собой аркады, а четвертый — имеет квадратные окна, чередующиеся с глухими простенками, некогда украшенными бронзовыми позолоченными щитами). В арках второго и третьего ярусов первоначально были установлены статуи, а внизу размещались торговые лавки, хозяева которых состязались в искусстве заманивания публики. В специальные отверстия четвертого яруса устанавливались мачты для натягивания гигантского тента, который защищал зрителей и участников состязаний от палящего солнца.

Популярными у римлян были и гонки на колесницах, которые проходили в цирках — на стадионах подковообразной формы. Из трех римских цирков самым старым и самым большим был Циркус Максимус, построенный в котловине западнее Палатинского холма. В своем окончательном виде, приобретенном при императоре Траяне, он вмещал более 250 тыс. зрителей.

Императоры Август, Нерон, Тит, Траян, Каракалла, Александр Север, Диоклетиан и Константин уделяли вни-

мание строительству больших общественных бань (терм), которые богато украшали фресками, статуями и мозаикой. Лучшее всего сохранились термы Каракаллы и Диоклетиана, построенные соответственно в начале и конце 3 в. н.э. Это были огромные сводовые сооружения из бетона, в которых размещались комнаты общественного назначения, гимнастические залы, а также бассейны с горячей, теплой и холодной водой.

Римским гражданам о власти императоров постоянно напоминали монеты с их изображениями, надписи на зданиях, памятники в честь одержанных побед и большой дворец на Палатинском холме. Именно в нем жили императоры начиная с Домициана (85 г. н.э.), в окружении слуг и чиновников. Даже в современном сильно разрушенном виде этот дворец занимает огромную площадь и насчитывает несколько этажей. Над императорским садом возвышается открытая полукруглая площадка, с которой открывается панорама Рима.

Однако для прославления императоров одного дворца было недостаточно, и они сочли необходимым восстановить функции форума. Такая мысль впервые пришла в голову Юлию Цезарю, но не была осуществлена до конца, поскольку этот император был убит. Октавиан Август завершил строительство этого форума, но воздвиг еще и свой. Затем последовали форумы, построенные Веспасианом и Нервой в I в. н.э. Позднее все они были заменены большим Форумом Траяна, освященным в II в. н.э. Хотя этот форум прилегает к большому рынку Траяна, в античное время он был обнесен высокой стеной со входом через триумфальную арку. За позолоченной конной статуей Траяна, похожей на статую Марка Аврелия на Капитолии, возвышалась Ульпиева Базилика — здание суда, колонны которого видны до сих пор. Далее там стояла сохранившаяся до наших дней Колонна Траяна с ее барельефами, детально иллюстрирующими победы Траяна над варварами. На ее вершине стоит статуя Траяна с протянутыми над городом руками — жестом добросердечного покровительства.

Как видно из примера, в Риме было огромное количество монументальных зданий и сооружений (от цирков и амфитеатров до отдельных памятников и дворцов), на строительство которых императоры не жалели ни средств, ни жизней и сил рабов (благо, что недостатка в последних Римская Империя никогда не ощущала). Общественные и культовые здания располагались в центре Рима (Капитолий, Палаatin) и формировали облик «столицы мира» того времени. С точки зрения планировки, Рим представлял собой город типичной стихийной застройки, что в целом традиционно для городов с длительной историей и стремительным развитием своего могущества. Подход градоначальников к планировке города никогда не был генеральным или комплексным, если они и перестраивали отдельные кварталы, то создавали нечто наподобие ансамблей, зачастую не заботясь о включении этого вновь сооружаемого комплекса зданий в общую городскую среду. Так, многие широкие дороги и мощенные площади столицы разбегались на десятки узких переулков (что способствовало образованию пробок из повозок, паланкинов, и пешеходов, и даже вынудило императоров ограничивать «дорожное движение» в центре в утренние часы), украшенная деревьями и статуями набережная Тибра могла перейти в болотистое побережье или простую свалку.

Зато территорию города пересекали важные, транзитные магистрали — прекрасные дороги, позволявшие сравнительно быстрое перемещение между районами огромного города, а также передвижение войск и грузов. Город был защищен комплексом стен, с наружной стороны которых (около стратегических ворот в город) постоянно находились легионы, а с внутренней — амбары с экстренным запасом продовольствия.

Многие новые римские города вырастали из военных лагерей. Они строились по единому плану: на пересечении двух перпендикулярных улиц располагался общественный центр с командным пунктом, алтарем, хранилищем казны; в строго предусмотренном порядке вокруг размещались дома офицеров, солдат, склады оружия, бани, склады продовольствия. Прямоугольник лагеря окружался стеной и рвом. В дальнейшем, как правило, военный лагерь становился центром городского поселения, обрастал «гражданской» инфраструк-

турой, притягивал сельское население (в том числе и из приграничных «варварских» территорий)¹.

Помимо военно-административных центров среди городов Римской Империи важное значение имели также торговые, портовые и курортные города, которые получили стремительное развитие во времена Тиберия, второго римского императора, введшего в моду отдых вне городских стен, на побережьях морей и вблизи минеральных источников.

Огромное значение имели также и центры провинций в составе Римской Империи как древние, так и основанные римлянами. Центрами торговой, культурной, политической жизни империи оставались Афины и Александрия (второй по величине город империи после столицы); Пергам и Пальмира (расположенная вдали от побережий на сухопутном пути из Аравии в Сирию); Ламгезис и Баальбек.

Римское градостроительство оставило обширное наследие во всех частях империи. Центры десятков городов Европы, Северной Африки и Ближнего Востока перестраивались согласно римским градостроительным принципам и ордерам, украшались во многом похожими амфитеатрами, колоннами, форумами и храмами. По существу на протяжении почти тысячи лет было сформировано некое единое и универсальное пространство — «Романский мир», — в границах которого города были необычайно похожими друг на друга. В настоящее время практически в каждом городе на территории бывшей Римской Империи сохранились памятники той поры, которые и формируют их неповторимые ансамбли и исторический потенциал.

Средневековые города Европы

Средние века — весьма сложный и противоречивый период в развитии Европейской цивилизации, наследие которого в формировании сети, планировки и облика городов континента огромно. Удивительно, но и в период междуусобных войн, кровавых распрей, практически полного отсутствия торговли и заси-

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

ля натурального хозяйства, в населенных пунктах Европы строились романские и готические соборы, возводились укрепления, создавались дворцовые и парковые комплексы.

В Европе в средние века была создана сеть городов, сохранившая свои черты и поныне. В большинстве своем именно в средние века и формируется привычный современникам облик европейских столиц и крупных населенных пунктов.

В качестве потенциала развития городов в средние века можно рассматривать общественное разделение труда — отделение ремесла от сельского хозяйства. Ремесленники — бывшие крестьяне — покидают деревни и селятся у крепостных стен феодальных замков в надежде реализовать себя и получить защиту в случае частых в то время войн и вооруженных столкновений. Так возникают и развиваются средневековые города, основной причиной расцвета которых стала торговля и финансовые отношения. Бесспорно, в таких условиях в выигрышной ситуации оказываются населенные пункты, расположенные вдоль торгово-транспортных коридоров, либо на побережье крупных водных артерий и морей. Торговля с Востоком играла первостепенную роль в формировании основных торговых путей и очень сильно влияла на развитие сети средневековых городов. Главные морские пути шли через Константинополь и страны Леванта в Венецию и Геную. Далее, через альпийские перевалы и от Марселя по Роне шли дороги в верховья Дуная, Рейна и Сены и затем по Рейну и Сене — к Балтийскому и Северному морям. Важный торговый путь шел по Северному и Балтийскому морям к Новгороду, встречаясь здесь с путями по Волге и Днепру, шедшими в Среднюю Азию и в Константинополь. Еще один торговый путь после завершения Реконкисты прошел вокруг Пиренейского полуострова к портам Северного моря (Брюгге, Антверпен, Лондон); на этом пути существенно выросло значение Барселоны, Севильи, Лиссабона. Наряду с меридиональными путями Средиземное море — Северное море большое значение приобрели широтные пути, например, вдоль северных острогов Рудных гор, Судет и Карпат (Лейпциг — Вроцлав — Краков — Львов-Киев)¹.

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

Существенное влияние на развитие средневековых городов оказала сеть поселений, унаследованная от Римской Империи. На месте римских городов выросли Париж, Неаполь, Вена, Лондон, Страсбург, Будапешт, Труа, Марсель, Кельн и многие другие города, особенно итальянские, испанские, французские. Однако преемственность не была прямой: из римских городов получали развитие лишь те, месторасположение которых отвечало новым условиям и требованиям торговли. Многие процветавшие римские города пришли в упадок или прекратили свое существование. Другие, наоборот, из незначительных поселений превращались в крупные центры.

Влияло на рост городов также расположение феодальных замков и монастырей, которые в потенциале представляли собой ядро будущего средневекового города. Некоторые из них, ставшие резиденциями королей и крупных феодалов, либо привлекавшие большое количество паломников, способствовали значительному экономическому росту городов.

Важнейшим фактором, влиявшим на формирование обликов средневековых городов, были войны, длившиеся практически непрерывно, а также постоянная угроза нападения со стороны чужеземных соседей, в связи с чем города обносились стенами. Причем, чем больше и богаче город, тем более мощные и высокие стены его ограждают. У самых маленьких и молодых городков защитой может служить просто земляная насыпь и деревянный частокол на ней, в городах побольше — каменные стены с башнями и бойницами. В работах по возведению и поддержанию городских укреплений должны были участвовать все горожане, впрочем практически везде «отработку» можно было заменить денежным взносом.

Вокруг городских стен обычно простираются сады и огороды, принадлежащие горожанам. Нередко ближайшая сельская округа (на 3–5 миль вокруг города) считалась принадлежащей городу и входила в юрисдикцию городских властей.

Если город стоял на дороге, то участок этой дороги в пределах города превращался в главную городскую улицу. В прибрежных городах главной улицей обычно становилась дорога, ведущая от замка сеньора (или другого главного здания города) к берегу. Реже главная улица тянулась вдоль

реки или морского берега (это характерно для городов, выросших из рыбацких поселков).

Многие города имели примерно однотипную радиальную планировку. В центре — главная площадь, на которой находились самые главные здания: центральный собор, ратуша или зал заседаний, дом (или замок) правителя. От площади по радиусам разбегались улочки. Они не были прямыми, петляли, пересекались, образуя маленькие площади, их соединяли проулки и проходы. Все это образовывало настоящий лабиринт, в котором приезжему нетрудно заблудиться.

Ближе к центру города располагались богатые дома, дальше — дома и мастерские ремесленников, совсем на окраинах — трущобы. Стремление к экономии территории побуждало наращивать высоту зданий: жилых домов — до 20–30 метров, башен церквей и соборов — до 100–150 метров, то есть до предельных значений, которые можно было достичь при использовании кирпича и камня без металлического каркаса.

При ограниченных затратах на вертикальную планировку территории застройка большей частью следовала рельефу и гидрографической сети, постепенно развиваясь вдоль сходящихся к городу дорог. Со временем она охватывалась все новыми кольцами городских стен. В старых средневековых городах можно обнаружить остатки нескольких поясов стен, после сноса которых в позднейшее время обычно прокладывались кольцевые улицы или бульвары.

Недалеко от городских ворот располагались купеческие подворья, где останавливались проезжие купцы. Там же были склады товаров. Если город стоит на берегу судоходной реки или моря, то в стороне порта образовывался портовый (речной, морской, рыбацкий) квартал.

Средневековые города характеризовались крайне низким благоустройством. К примеру, нечто наподобие централизованной городской системы канализации и дренажа начало появляться довольно поздно и только в крупных городах. В мелких городишках открытые сточные каналы просуществовали аж до XVIII века.

Выдающиеся архитектурные сооружения — соборы, церкви, ратуши, дворцы, дома богатых горожан — были тесно окружены лавками, мастерскими ремесленников, лачугами

бедняков. В XI–XII веках церкви, монастыри и замки возводятся в так называемом романтическом стиле, стиле тяжелых сводов, грузных башен, массивных стен. Позднее в XII–XIV веках над средневековыми городами возносятся шпили и башни готических соборов. Новая конструктивная схема, основанная на переносе распора сводов за пределы здания, позволила создать сооружения ранее недостижимой высоты с огромным свободным внутренним пространством, вмещавшие тысячи людей.

Пример 3. Готический стиль в архитектуре и градостроительстве

Готическая архитектура зародилась во Франции в XII в. На смену романскому искусству пришла готика. Название это тоже условно. Оно было синонимом варварства в представлении историков Возрождения, которые впервые применили этот термин, характеризуя средневековое искусство.

Возникает потребность в новом типе храма — просторном, эфемерно высоком, где человек чувствовал бы себя песчинкой. Готический собор по сравнению с романским — новая ступень в развитии базиликального типа постройки, в которой все элементы стали подчиняться единообразной системе. Главное отличие готического собора — устойчивая каркасная система, в которой конструктивную роль выполняют крестово-реберные стрельчатые своды, провезенные сетью выступающих ребер, выложенных из камня, арки стрельчатой формы, определяющие во многом внутренний и внешний облик собора.

Так в стремлении максимально разгрузить пространство интерьера готические строители придумали систему вынесенных наружу аркбутанов (наклонных опорных арок) и контрфорсов, т.е. готическую каркасную систему.

Теперь пространство между траверсами заполнялось тонкими стенами, покрытыми «каменным кружевом» или цветными витражами в виде стрельчатых арок. Данная

конструктивная система позволила достигнуть небывалой высоты сводов и, благодаря большим окнам, отличной освещенности. Колонны, поддерживающие теперь своды, стали тонкими и собранными в пучки. Главный фасад обрамлялся по бокам обычно 2-мя башнями, не симметричными, а слегка отличающимися друг от друга. Над входом, как правило, красуется огромное витражное окно-роза. По сравнению с приземистыми, толстостенными, тяжеловесными глыбами прежних базилик они кажутся чудом, сделавшим камень легче воздуха. Воображение современников поразили их светлость, просторность, нарядность и, конечно, чудовищная высота сводов, башен и шпилей, казалось, достающих до небес. Этот стиль господствовал до XV, местами (главным образом в германских странах) до XVI века. Похожим образом возводятся и жилые здания. Они максимум двух-, трехэтажные, с высокой кровлей с фронтонами на торцевых фасадах, как правило, всего с тремя, а то и двумя окнами по уличному фасаду на каждом из этажей. Только здесь материалом для каркаса постройки служил деревянный брус, а для заполнения ячеек каркаса – камень, кирпич, даже глина на речной «сетке» и т. п. С XV века эти ячейки часто заполняются отдельно изготовленными панелями, которые набирались из грубых пиломатериалов и оштукатуривались снаружи. Внутри здания стены не всегда обшивались досками из-за их дороговизны, нередко также оштукатуривались и основательно завешивались коврами и тканями.

По материалам: http://assbi.ru/page_07.html

В XII–XV веках в городах Италии, первыми вставшими на путь капиталистического развития, начинается эпоха Возрождения. В архитектуре на смену мистической экзальтированности готических соборов, каменным кружевам ратуш и дворцов приходят ясные, спокойные, гармоничные решения, ориентированные на масштаб и пропорции человеческого тела. Архитекторы возвращаются к античному ордеру, стремясь восстановить его значение, выявляющее подлинную конструкцию сооружения.

Пример 4. Ренессанс в европейской архитектуре и градостроительстве

Французским словом «Renaissance» («Возрождение») обозначается не только особый художественный стиль, но и вся приходящаяся на XIV–XVI века эпоха в культурном развитии Западной Европы. Это была эпоха великих географических открытий, изобретения книгопечатания и телескопа, доказательства шарообразности Земли и вращения планет вокруг Солнца, широкого машинного применения энергии воды и ветра, бурного роста городов и ремесел.

Это, по сути, те же замки (прямоугольник с внутренним двором), но т.к. нравы смягчились, стало возможным отказаться от башен, где в случае осады отсиживались хозяева и заняться декорированием фасадов. Появляется этаж — горизонтальный пространственный слой, масштабно соотношенный с ростом человека, выраженный в архитектурных формах на фасаде. (Все, что было до Ренессанса принято называть ярусами.) Палаццо бывают рустиковые и ордерные. На них можно отметить отличительные ренессансные черты.

Прежде всего, горизонтальные членения фасада на этажи. Ордер (пилястры, полуколонны, сандрики над окнами) применяется не в масштабе всего здания, а в масштабе этажа, а вот карниз — наоборот, чрезвычайно массивен и соотносится со всем зданием. Интересны интерьеры позднего ренессанса. Его величайшим мастером был Микеланжело Буонаротти. Микеланжело является в большей степени скульптором, нежели архитектором. С этой точки зрения он создавал архитектуру как некий выигрышный фон для своих скульптур.

Первым архитектором Ренессанса был Филиппо Брунеллески. В его творчестве нагляднее всего отразились основные достижения этой эпохи. Он первым создал дворец (палаццо), который лег в основу всей последующей архитектуры, в том числе и нашей. Основным достижением ренессансного дворца является окончательное оформление этажа как горизонтального пространственного слоя, предназначенного для жизни и деятельности человека. Стена

впервые истолковывается в современном смысле слова, т. е. как геометрически правильная перегородка постоянной толщины между внутренним архитектурным пространством и пространством вне здания. Окна трактуются как глаза здания, фасад — как лицо здания; т. е. снаружи выражается внутреннее архитектурное пространство. Высокий Ренессанс ассоциируется в архитектуре с именем Браманте. Его Темплетто из всех зданий Ренессанса стоит ближе к античной архитектуре по органической полновесности форм и гармонической завершенности, основанных на золотом сечении пропорций. Основное достижение архитектуры Ренессанса в очеловечении пропорций зданий.

По материалам: http://assbi.ru/page_07.html

В XVI в. в Италии утверждается сложный и пышный стиль барокко, который получил наиболее яркое свое воплощение в Риме, но позднее приобрел всеевропейское значение, обогащаясь в различных странах неповторимыми национальными особенностями.

Если в эпоху Возрождения искусство воспевало мощь и красоту человека, то на рубеже XVI–XVII веков эти идеи уступили место размышлениям о сложности и несовершенстве общественных отношений, мыслям о разъединенности людей. Поэтому главной задачей искусства стало отражение внутреннего мира человека, раскрытие его чувств, переживаний. Так определились основные черты барокко — драматическая патетика, склонность к заостренным контрастам, динамичность, экспрессия, тяготение к пышности и декоративности. Все эти черты свойственны и архитектуре барокко. Постройки обязательно украшались причудливыми фасадами, форма которых скрывалась за украшениями. Парадные интерьеры также приобрели разнообразные формы, причудливость которых подчеркивалась скульптурой, лепкой, различными орнаментами. Комнаты нередко теряли привычную для глаза прямоугольную форму. Зеркала и росписи расширяли истинные размеры помещений, а красочные плафоны создавали иллюзию отсутствия крыши.

Последователи, двигаясь по пути усложнения, вообще отказываются от симметрии в композиции, открывая совер-

шенно новые возможности стены. Она как бы лишается самой главной своей черты — надежности и монументальности, зато приобретает небывалую прежде пластику и динамику. Возникают здания с выпуклым, вогнутым или даже криволинейным фасадом. Скругленные углы, обилие зеркал, позолоченная лепнина, росписи потолков с использованием эффекта «перетекания» пространства в «заоблачную высь» — все это придает интерьеру подчеркнутую театральность. На фасаде, впрочем как и в интерьере, можно видеть очень много таких декоративных элементов, как барельефы, скульптурные группы, вазы, картуши и т.п.

Архитекторы барокко обратили внимание на улицу, которая стала рассматриваться как целостный архитектурный организм, как одна из форм ансамбля. Начало и конец улицы отмечались площадями или эффектными архитектурными или скульптурными акцентами. Доминантой в композиции здания становится кривая линия, возвращаются валюты, появляются эллиптические поверхности.

В планировке городов возникает стремление к прямолинейным перспективам улиц, призванным раскрыть огромное пространство, к вычурным, живописным, но имеющим четкую ось симметрии формам площадей. Таковы, например, овальная площадь перед собором Святого Петра в Риме с колоннадой, охватывающей зрителя и раскрывающей перед ним по мере движения к грандиозному собору множество точек видения, поскольку он вынужден идти по дуге, вдоль колон (площадь нельзя пересечь по прямой, так как в ее центре возвышается обелиск).

Европейские города Нового времени

Под Новым временем понимается эпоха, основным содержанием которой было развитие и утверждение капитализма, зародившегося в недрах феодального строя. Замена феодализма более прогрессивной социально-экономической формацией оказала огромное влияние на развитие производительных сил. Она радикально изменила условия развития городов, придала им новые масштабы, вызвала к жизни ка-

чественно новые процессы урбанизации, определила глубокие преобразования в размещении, структуре и застройке городов.

Развитие производительных сил создало принципиально новую основу развития городов. Цеховые ремесла были вытеснены промышленностью, в которой мануфактуры уступают место фабрикам, использовавшим машинный труд. Промышленный переворот дал толчок обострению противоречий между трудом и капиталом, города стали ареной активной классовой борьбы между буржуазией и пролетариатом, ряды которого пополняли разорившиеся крестьяне. Огромный рост населения и его концентрация в городах в связи с ростом промышленности определили начало и нарастающие темпы урбанизации.

С развитием промышленности и торговли, национальных рынков, формированием и укреплением национальных государств возрастала роль крупнейших столичных городов, которые становились местом сосредоточения многообразных функций и приобретали доселе невиданные размеры. После великих географических открытий и последовавших за этим колониальных захватов стали быстро расти города — форпосты проникновения европейского капитала в колонии и опорные пункты освоения новых земель в странах переселенческого капитализма. Важную роль приобретали международные портово-промышленные и торгово-финансовые центры, формировавшиеся на путях новых мирохозяйственных связей (Лиссабон, Лондон, Амстердам, Париж)¹.

Сравнительно ненадолго центр европейской цивилизации и торгово-экономического развития перемещается в Испанию и Португалию — страны, основавшие самые обширные заокеанские колонии, в которые стекались награбленные сокровища Нового Света, Африки, Юго-Восточной Азии. В этот период Испания и Португалия переживают расцвет национальной культуры и искусства, что находит свое выражение и в облике городов. В застройке испанских и португальских городов исторические напластования разных эпох, смешение архитектурных стилей, богатство художественных тра-

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

диций создали удивительный по красоте сплав. Расположенные обычно на естественных возвышенностях города унаследовали от Средневековья запутанную сеть улиц, поднимавшихся к воротам крепостных стен. В период Нового времени в некоторых местах этой запутанной уличной системы врезаются спланированные площади, основная цель которых бал — демонстрация величия королей и превосходства метрополий.

Для Испании (особенно южной) специфично влияние на градостроительство арабов и берберов, что выражается в восточном декоре крупных зданий и сооружений, наличием дворцово-парковых ансамблей, а также мечетей, переделанных в католические соборы.

Для индустриальных городов Западной и Северной Европы, оказавшихся в авангарде промышленной революции, превратившихся в короткий срок в мировые центры морской торговли (Лондон, Амстердам, Антверпен) свойственна популярность классицизма в архитектуре и градостроительстве. Архитектуре классицизма свойственна строгость формы, ясность пространственного решения, геометризм интерьеров, мягкость цветов и лаконизм внешней и внутренней отделки сооружений. В отличие от построек барокко, мастера классицизма никогда не воздавали пространственных иллюзий, искажавших пропорции здания. В парковой архитектуре складывается так называемый регулярный стиль, где все газоны и клумбы имеют правильную форму, а зеленые насаждения размещены строго по прямой и тщательно подстрижены. Промышленный бум привел к появлению в крупных городах зажиточной буржуазии, которая стремилась подчеркнуть свою исключительность, прежде всего, во внешнем облике и внутреннем убранстве жилища. Многоэтажные дома, в которых одновременно могли проживать представители различных сословий и классов (причем, чем выше был этаж, тем более бедными были его обитатели), свойственные для средневековых городов, уходят в прошлое.

Внутренние войны и постоянная угроза нападения со стороны соседей прекратились. Теперь городам нет необходимости окольцовываться крепостными стенами. Жилые кварталы выходят за оборонительные сооружения, города разрас-

таются в своих размерах. В центральных частях многих городов (созданных в Средневековье) стремительно уничтожаются трущобы и лачуги бедняков (их новое месторасположение теперь в рабочих пригородах). Состоятельные буржуа обустривают себе комфортные условия проживания — переезжают в отдельно стоящие особняки, на месте бывших лачуг разбиваются площади и парки.

Центральные части европейских городов Нового времени были подвержены перепланировке (особенно после пожаров), хотя отдельные районы и сохранили традиционный для средневековья облик. Создается сеть широких прямых проспектов, набережные, мосты; строятся отдельно стоящие общественные здания или комплексы зданий, окруженных парками, памятниками и фонтанами. К примеру, в Париже была выстроена так называемая правобережная ось от Лувра через Тюильри, площадь Согласия, Елисейские поля к площади Звезды; в Берлине — реализован градостроительный проект исторического и культурного центра «Берлинский форум» (Рейхстаг, кафедральный собор, Государственная библиотека, остров музеев) и «кольцо Вильгельма» с плотно застроенными кварталами домов с регламентированными параметрами (высота, количество окон на фасаде, выступы портиков, количество внешнего декора); в Вене — проект кольцевых бульваров, окруживших средневековую часть города и застроенную зданиями в стиле классицизма.

Одной из принципиальных особенностей городов Нового времени в отличие от средневековых было отсутствие необходимости экономить пространство. Именно этот фактор послужил распространению в градостроительстве того времени площадей.

Ускорившийся темп экономического развития; территориальное разрастание городов; увеличение товарных и пассажирских перевозок (в том числе транзитных); потребность в общественных пространствах, усилившаяся по мере демократизации общества и вовлечения все более широких его слоев в новые формы проведения досуга, рожденные веком Просвещения, — все это изменило отношение к городскому пространству, вызвало необходимость преодоления былой разобщенности частей города, объединения и активизации го-

родского пространства. Соответственно изменилось и отношение к площади: она уже не могла оставаться ни «островным» образованием в ткани застройки, «парадным залом» города, как в период Ренессанса, ни пространством, целиком ориентированным на монументальное здание, как в барокко. Площадь стала активным узлом городской структуры, организующим и направляющим сквозное движение, связанным улицами с другими площадями в единую, ясно организованную систему городского пространства. Отсюда раскрытость, проницаемость площади классицизма как главная ее особенность.

Концепция классицизма основывалась на этой роли площади. По мнению крупнейшего теоретика архитектуры середины XVIII в. М.А. Ложье, «Естественное место площади — на пересечении многих улиц. Площадь устраняет столкновение встречающихся потоков движения с разных улиц». И далее: «...чтобы быть красивой, городская площадь должна образовывать центр, из которого можно легко попасть в разные кварталы города и обратно, куда можно быстро добраться из разных кварталов. Поэтому необходимо, чтобы на площадь вливалось несколько улиц наподобие того, как дорожки парка стекаются к круглой поляне». Последнее сравнение показывает, что в пору расцвета «гражданского» города ренессансная схема идеального города-крепости, видимо, уже не осознавалась как изначальная.

Новое время обусловило не только увеличение числа городских площадей, но и их более четкую функциональную дифференциацию. Главная площадь традиционно оставалась местом государственных и религиозных актов, празднеств и процессий, проведения театральных зрелищ и коррид (Пиренеи), праздничной торговли, а иногда и аутодафе. Но к издавна бытовавшим типам площадей — культовым (соборным и приходским), административным, торговым и разным их сочетаниям на реконструированных участках города или вне его исторического ядра добавились новые — плац-парадные, театральные, разного рода мемориальные, площади-скверы, транспортные развязки, въездные, а в конце периода и привокзальные. Торговые площади приобрели специализацию по видам товаров. Функциональное разнообразие

площадей XVIII в. поставило проблему поисков соответствующих им форм, которые отличались бы от привычных, уже имевшихся в структуре города предшествующего времени.

Помимо функциональных и эстетических факторов, большое влияние на формирование особенностей площадей классицизма оказали физиологические потребности городов Нового времени. Эра промышленной революции вызвала их переуплотненность и остро поставила проблему санации. Просторные площади, соединенные прямыми улицами с другими площадями и беспрепятственно продуваемые ветрами, являлись резервуарами воздуха и света, способствовали удалению нездоровых испарений из сплоченной застройки. В Европе в центре площади, обрамленной обычно одинаковыми фасадами, устанавливалась скульптура царствующего монарха; в России там чаще всего воздвигалась церковь.

С начала периода утверждения абсолютизма (а во Франции уже с начала XVII в.) эти формы используются для королевских площадей: квадратной площади Вогезов в Париже, прямоугольных площадей Белькур в Лионе (1713), Людовика XIV и Людовика XV в Рэнне (1723—1744), Людовика XV в Руане и Реймсе (1756), Королевской площади в Брюсселе (1774—1780). Их вариант — прямоугольник со срезанными углами — ложится в основу плана королевских площадей Вандомской (1699—1701) и Людовика XV в Париже (1755—1756) и в Нанси (1752—1755). Эти строгие торжественные композиции во многом «задали тон» градостроительству XVIII в., исходившему в дальнейшем из их художественного уровня. В XIX в. в трактовке темы королевской, или главной, площади появлялись порой черты гигантомании и помпезности. Это выразилось, например, в огромности главной площади г. Наполеон-Ванде с монументом императора в центре, квадратной площади Оружия в комплексе Форума Бонапарта в Милане (проект Л. Каноника) и в тяжеловесности архитектурного обрамления Королевской площади Мюнхена (1816—1848). Художественный уровень первой половины XIX в. представляет Сенатская площадь в Хельсинки (1810—1840) — прекрасный ансамбль классицизма, в котором своеобразие каждого из зданий (Сената, Университета и др.) обогащает стилистически единый ансамбль и вы-

деляет доминирующий объем собора на ступенчатой платформе.

Для XVIII в. характерны небольшие прямоугольные и квадратные площади-скверы с газоном и деревьями в центре, служившие садами жильцам окаймлявших их домов и поначалу запиравшиеся решетками на ночь. В Англии они превратились в национальный тип площади, удовлетворявший потребность горожан-британцев в замкнутости и общении с природой. Первые скверы появились в Лондоне в конце XVII в. (Гроссвенор, Сент-Джеймс, Голден сквер), в середине XVIII в. — в Эдинбурге (Шарлотт-сквер и др.) и на континенте, где они обычно были обширнее и более раскрыты на город. Иногда они приобретали мемориальный характер. На сквере площади Мучеников в Брюсселе в 1830 г. была воздвигнута статуя Бельгии, а под нею устроена крипта с именами 445 бельгийцев, павших за освобождение страны.

Еще одним «жанром» городских пространств были площади-перекрестки, квадратные и ромбовидные. Вторые — часто разновидность первых, в углы которых впадают улицы. Наиболее архитектурно интересные из них оформившиеся в первой трети XIX в., — Лаура Плейс в Бате, пьяцца Коломбо в Генуе и др.

Характерны для градостроительства классицизма редко применявшиеся ранее круглые и овальные планы. Круглые площади отвечали представлениям об идеальной форме пространства, возродившимся на заре Нового времени, в эпоху Ренессанса. Генетически пространства этих очертаний восходят к античности, где они использовались как транспортные развязки: круглые, окруженные колоннадами площади у Дамасских ворот в Пальмире и на пересечении кардо и декумануса в Герасе (диаметр 43,6 м); в центре последней возвышался тетрапил, возникавший как ориентир в перспективах улиц.

В городе классицизма круглые площади выполняли ту же функцию у въездов и в планировочных узлах. Площади со звездообразно расходящимися улицами проектировались для Лондона Рэном и Ивлином, для Парижа Паттом, для Лиссабона Э. душ Сантушем (1756), для Бата Р. Адамом (1777). В новых городах XVIII—XIX вв. круглые площади

иногда играли роль главных. В противоположность транспортным развязкам главные площади этой формы мыслились сравнительно замкнутыми, «сосредоточенными» на той функции, которая была положена в их основу.

Схема амфитеатра, возникшая из археологических увлечений XVIII в., использовалась чаще для оформления парадных пространств: проект овальной площади К. Рэна у собора Св. Павла в Лондоне (1667), площадь Правительства в системе центра Нанси (1755), проекты овальных площадей в комплексе Форума Бонапарта в Милане Л. Каноника (1803, 1814), проект площади у моста Мильвия в Риме Дж. Валадье (1805); реже для торговых площадей — Прато делла Валле в Падуе (архитекторы А. Меммо и Д. Черато, 1775). Вместе с тем овал, даже помещенный на осевой магистрали или пересечении улиц, сохранял противоречащую тенденциям Нового времени замкнутость, что делало его формой сравнительно архаичной. Не случайно, многие из замыслов овальных площадей остались неосуществленными.

Открытые формы площадей — черта Нового времени с его пониманием непрерывности городского пространства и его органического единства с природным окружением. Естественно поэтому повсеместное распространение с середины XVIII в. форм площадей, являющихся половиной или фрагментом геометрической замкнутой фигуры. Из них чаще всего применялись полукружие, П-образная форма и полуоктогон.

Революционным было изобретение Дж. Вудом формы кресента — Роял Кресент в Бате — упругой дуги, образованной единым фасадом сблокированных домов. Метрический ритм фасадного фронта был художественным приемом, выделявшим разнообразие сопоставленной с ним живой природы, являвшейся в этом ансамбле своего рода доминантой. Кресенты стали быстро множиться как в Бате, так и в Лондоне, Эдинбурге и других местах.

Распространенным типом открытых площадей были так называемые марины — обращенные к морю или к реке: полуоктогоны (королевские площади в Бордо и Лиссабоне, Плас Фонтетт в Канне). Другой отличительной его чертой является не только создание ансамблей отдельных площадей, но и подготовленное опытом барокко искусство их сочетания в

единое пространство сложной формы. Необходимость архитектурно организовать разные по назначению и близко расположенные общественные пространства побуждала к проектированию системы площадей разных очертаний, сопоставленных друг с другом, «вращенных» в конкретную природную и архитектурную ситуацию и образующих художественно целостный городской центр или элемент центра. Структурно такой комплекс обычно состоял из двух или трех площадей разных форм, соединенных улицей, бульваром или коротким переходом¹.

Города Нового времени «обрастают» промышленной инфраструктурой – мануфактурами и фабриками; а также рабочими кварталами, в которых в необычайной тесноте, ужасающих санитарных условиях проживали бывшие крестьяне, ныне пролетарии, прибывшие в город в поиске лучшей жизни. В рабочих пригородах (они обычно выносились за прежние крепостные стены и окружали центр города плотным кольцом) строились высотные (до 5–6 этажей), функциональные здания с большим количеством сдаваемых в них комнат (ближе к центру города или к промышленным предприятиям), а также обычные малоэтажные лачуги. Улицы (кроме транзитных, ведущих в центр) не мостились, были узкими, темными и зловонными. Ни о какой социальной инфраструктуре (уличное освещение, парки) в рабочих кварталах и речи не было. Площади в рабочих предместьях выполняли сугубо торговое или транзитное предназначение.

В эпоху Нового времени в Европе помимо корректировки внешнего облика средневековых городов происходят также процессы создания новых населенных пунктов, так называемых промышленных центров. В этих городах, которые по своим размерам и населению были существенно меньше столиц и ранее основанных поселений, роль исторического центра выполняли промышленные предприятия, а также компактно расположенные в непосредственной близости от них особняки капиталистов. Остальные районы промышлен-

¹ Михайлова М.Б. Архитектурное наследство. Вып.38. Проблемы стиля и метода в русской архитектуре / Российск. Акад. архитектуры и строит. наук. НИИ теории архитектуры и градостроительства; Под ред. Н.Ф. Гудляницкого. М., 1995. 400 с.: ил. С. 83–101.

ных городов представляли собой огромное рабочее предместье. Лишь спустя десятилетия промышленные города стали полноценными культурными и научными центрами, с собственной общественной инфраструктурой и культурно-историческим обликом.

Отдельно стоит также упомянуть о появлении в конце XIX века европейских городов-курортов — пляжных и бальнеологических. В основном эти города создавались на базе мелких средневековых населенных пунктов или монастырей, расположенных в непосредственной близости от уникальных туристических ресурсов (побережья морей, источники термальных вод, зоны горнолыжного катания). При этом средневековые постройки изначально формировали центр будущего города-курорта. В курортных населенных пунктах применялись принципиально новые приемы градостроительства — марины (площади, обращенные к морю) и променады (широкие набережные, обсаженные деревьями). В отличие от промышленных и торговых центров, строительство в курортных городах велось в строгом соответствии с окружающим ландшафтом — здания, набережные, дороги были вписаны в окружающую природу — горы, леса, обрывы, пляжи и т.д. Акцент на близости к природе делался на курортах также с помощью многочисленных парков, фонтанов, искусственных террас, соединенных каскадом лестниц.

Главной улицей приморского европейского курорта была набережная, украшенная парадными фасадами зданий и деревьями, фонтанами и памятниками. Горнолыжные курорты Европы развивались обычно вокруг монастыря или средневекового населенного пункта, максимально приближенного к зоне горнолыжного катания. Городские улицы строились в псевдо-средневековом стиле (то есть узкие и кривые), площади делались маленькими, но украшенными фасадами зданий по всему периметру. Здания строились невысокие (чтобы обеспечивать обзор окружающих гор), с многочисленными шпилями и высокими крышами (защита от налегания снега). Общественные здания (например, выставочные галереи, театры) обычно не были отдельно стоящими, а включались в общий фасад улицы или площади. Все это делалось с целью придания курорту атмосферы аристократичности и

уюта. Бальнеологические курорты Европы имели большие размеры своей территории. Их центр формировался комплексом отдельно стоящих зданий и парковыми ансамблями. В градостроительстве бальнеологических центров учитывались особенности рельефа и ландшафта. Город «вписывался» в окружающую среду, для чего использовались такие приемы, как искусственные пруды и озера, нерегулярные парки, искусственные террасы.

К XIX веку развитие городского и междугородного транспорта (прежде всего, железнодорожного), а также определенный научно-технический прогресс существенно изменили облик европейских городов. Появление автомобилей и автобусов потребовало расширения существующих магистралей (в том числе и за счет зеленых насаждений). Территории городов пересекали железнодорожные магистрали. Возникла необходимость строить огромные здания железнодорожных вокзалов с обязательной транспортной развязкой на площади перед ними. Дальнейшее развитие городского транспорта стимулировало строительство метрополитена (который в силу своих особенностей не меняет облик исторической части города), а также тоннелей под центральными кварталами крупных европейских городов. Активный рост городов «под землей» в XX веке развился в строительство подземных парковок и торговых центров.

Наконец, к XIX веку европейские города достигли определенного уровня комфортности проживания своего населения. В них появилось уличное освещение, городские коммуникации, пожарные станции, отделения полиции и медицинской помощи.

Современные европейские города

В XX столетии облик городов Европы изменялся благодаря, прежде всего, требованиям экономического роста, наблюдавшегося в европейских государствах, а также воздействию модных течений в архитектуре и градостроительстве. Особенности экономического развития европейских стран, их переход в постиндустриальную эру своего развития, пришед-

шей на смену эпохе индустриализации, во второй половине прошлого столетия способствовал убыстрению процесса ликвидации промышленных предприятий, на смену которым приходили офисные центры крупнейших корпораций, научные и технологические центры, предприятия торговли и сферы услуг и финансов.

Рост стоимости недвижимости в европейских странах, особенно в крупных населенных пунктах и курортных местностях, увеличение рентабельности сфер, не связанных с промышленным или сельскохозяйственным производством, делал экономически невыгодным расположение заводов и фабрик в городской черте. Предназначение и роль европейского города подверглись жесткой трансформации. Теперь это не концентрация предприятий, а центры науки, технологий, финансов, торговли и туризма, что не могло не отразиться на внешнем облике европейских столиц и менее значимых населенных пунктов.

Центры концентрации капитала, которыми европейские города становились в расцвет эры индустриализации, обрastают деловыми кварталами. Правительство ряда городов изначально формировало деловой центр параллельно с центром историческим, пытаясь сохранить средневековую или классическую атмосферу центральных кварталов и районов. Совмещение делового и исторического центра всегда трудно-разрешимая проблема ввиду того, что высокая стоимость земли в бизнес-центре обязательно провоцирует строителей возводить нетипичные для исторической застройки здания высокой этажности, изыскивать возможности для строительства парковок, новых транспортных развязок и так далее. Это, безусловно, наносит непоправимый вред историческому облику города.

Разрешение обозначенной проблемы всегда требовало принятия городским руководством радикальных мер, связанных с выделением земли под бизнес-застройку (изолировано от исторического центра) и созданием необходимой инфраструктуры (прежде всего ЖКХ и транспортной) для функционирования коммерческой недвижимости. Ряд отважных проектов по формированию независимых от исторических бизнес-центров был реализован в Париже (строительство «го-

рода третьего тысячелетия» — Дефанс), Вене (Уно-Сити), Риме, Милане, Барселоне, Брюсселе и других крупных экономических центрах Европы.

Вместе с тем, например, мэрия Лондона допустила хаотическое строительство Даун-тауна с многоэтажными стеклянными зданиями вдоль берега Темзы, которая исторически являлась главной «улицей» британской столицы. По мнению историков, современная архитектура нанесла гораздо больший вред внешнему виду Лондона, нежели бомбежки гитлеровских самолетов. В настоящее время столица Туманного Альбиона переживает перманентную транспортную проблему, решить которую не в силах даже прямые запреты на движение частного транспорта в центре города. Аналогичная проблема постигла Амстердам (исторические районы которого «заслоняются» бизнес-центром, расположенном на соседнем острове) и Женеву. В настоящее время с проблемой разделения делового и исторического центра борется Москва (для ее решения предложено строительство колоссального Москва-сити в 10 километрах от Кремля), Санкт-Петербург, Прага.

Удивительно, но разрушительные последствия второй мировой войны в пострадавших городах способствовали их более безболезненной модернизации. Так в Берлине в центре города появились широкие проспекты и парки, подчеркивающие величие комплекса Правительственных зданий; появилась так называемая Новая Варшава, в современные здания которой «переехали» государственное руководство и офисы крупных компаний.

Ряд городов Европы характеризуется весьма строгими мерами, направленными на защиту их исторического облика. Так, во многих городах Германии существует запрет на снос фасадов зданий возрастом более ста лет (при этом возможности перепланировки ничем дополнительным не обременены); в старинных зданиях Франции запрещена даже перепланировка и замена элементов экстерьера (например, дверей или оконных рам) более современными аналогами; в Стокгольме или Хельсинки запрещается возводить новые здания, если их концепция отклоняется от концепции окружающих строений. Очевидно, что только такими строгими запретами

городам Европы, несмотря на огромную их роль как финансовых и торговых центров, удастся сохранить средневековое очарование, совместить элементы современной инфраструктуры и памятники зодчества.

Изменение роли европейских городов помимо развития в них современных бизнес-центров, стимулировало развитие в историческом центре предприятий торговли и сферы услуг. В многолетних зданиях открывались торговые центры, гостиницы, рестораны, офисы экскурсионных компаний. При этом внешний облик зданий, ввиду его прекрасной сочетаемости с профилем деятельности «новых владельцев», практически не изменялся.

Развитие туризма и превращение европейских городов в крупнейшие туристические центры усиливало ценность их исторического облика, который начал приносить миллионные прибыли местным жителям. По большому счету вся инфраструктура исторических центров европейских городов ориентирована на удовлетворение потребностей приезжающих с различных концов планеты путешественников. Туристическое «давление» традиционно повышает цены на услуги и недвижимость в центральных частях населенных пунктов, что стимулирует отток местного населения в более спокойные окраинные районы, лишенные туристического присутствия. Бывшие квартиры также переоборудуются в гостиничные предприятия, учреждения культуры, рестораны и магазины, проезжие части — в пешеходные бульвары, пустыри — в парки аттракционов и скверы. Наиболее показательен пример Венеции, практически лишенной местного населения (которое перебралось в более дешевую и спокойную материковую часть агломерации — Местру). «Настоящими» венецианцами можно считать лишь туристов, способных оплачивать ночевки в гостиницах города, да состоятельных итальянцев, владеющих палаццо и использующих их в качестве места проживания не более одного месяца в году.

Бывшие промышленные центры, города, возникшие вокруг фабрик и заводов, смогли переориентироваться и стать либо торговыми, либо научными и технологическими, либо туристическими центрами. К примеру, Тампере в Финляндии, изначально основанный как город лесозаготовщиков и

деревообработчиков, сегодня представляет собой технологическую (в городе расположено руководство компании «Нokia»), развлекательную (в Тампере функционирует крупнейший в Западной Европе парк аттракционов и аква-парк), музейную (большинство промышленных предприятий в городе превращены в музейные и выставочные площади) столицу страны, привлекающую тысячи туристов. Аналогична участь французской Тулузы, британского Манчестера и десятков других европейских городов.

Аналогичным образом изменялся и внешний вид европейских курортов. Основанные в XIX веке пляжные и горнолыжные курорты практически автоматически были переведены в ранг элитных, аристократичных и максимально престижных. Рост спроса на европейский пляжный и горнолыжный туристический продукт на этих курортах вызывал не строительство новых гостиниц или туристическое освоение новых километров пляжной территории и горнолыжных спусков, а повышение качества и одновременный рост стоимости услуг местных туристических поставщиков. Гостиницы, набережные, рестораны сохранили атмосферу прошлых веков, не стали модернизироваться и увеличивать туристическую емкость, а пошли «по пути меньшего сопротивления», сделав цены недостижимыми для среднестатистического туриста. Примером таких курортов можно назвать Виллареджо и Портофино в Италии, Куршавель или Сент-Тропе во Франции, Лутраки в Греции, Баден-Баден и Гармиш в Германии.

С другой стороны, в XX веке возникли сотни новых курортов, изначально ориентированных на средний класс путешественников. Эти курорты возводились на пустом месте, изначально обретали соответствующую потребностям массового туриста инфраструктуру — широкие променады, скоростные магистрали, торговые центры и так далее; обрастали современными гостиничными комплексами. Духа прошлых лет посетители этих курортов не ощущали, но с другой стороны за это им не приходилось переплачивать. В настоящее время именно курорты «современной постройки», лишенные исторических центров (они могут быть представлены максимум одним замком или участком крепостной стены, а

также парой-тройкой музеев в стиле псевдо-классицизм) представляют собой главных рецепторов иностранных и региональных туристов. Таким образом, выбирая отдых в Европе, турист должен изначально определиться с тем, готов ли он платить за прикосновение к аристократичности, европейским традициям и престижу.

XX век помимо многоэтажных зданий деловых центров и курортных местностей, современных многоуровневых транспортных развязок и подземных торговых центров, в облике европейских городов оставил немало архитектурных и градостроительных шедевров, которые спустя всего несколько десятилетий становились неотъемлемой частью городского ландшафта. Главное в витавших на протяжении XX века идеях градостроительства было жесткое разделение пространства городов, зонирование их территории по функциям (жилье – работа – отдых), четкое отделение и дифференциация транспортных магистралей, свободного размещения зданий (жилых и общественных) среди парков и спортивных территорий, отделения пешеходов от транспорта и так далее. Идея ортодоксального функционализма в планировке городов сопровождалась популярностью функционализма в строительстве зданий и сооружений. Представления о лучезарном городе из стеклянных, лишенных украшений небоскребов как об идеальном, во многом отразились на внешнем облике деловых центров европейских городов, представлявших собой чаще всего беспорядочное нагромождение геометрических фигур – пирамид, конусов, параллелепипедов и кубов с очевидной «главной линией» – доминирующим объектом застройки (например, арка и идеально прямой проспект среди небоскребов Дефанса в Париже, смотровая башня в Берлине, симметричные многоэтажные здания в Риме или Вене)¹.

Кризис функционального стиля в градостроительстве и архитектуре осознали его же основоположники (Ми Ван дер Роэ, Корбюзье). К примеру, сам Корбюзье «пустил под откос» махину функционализма, начав реализовывать проекты, в которых вместо чистоты форм и рациональности, сплошной иррационализм, «текучесть» форм, символичность.

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

На смену холодной логике и четкой геометрии приходит индивидуальность каждого здания, его органическая связь с природой, пластика и динамизм форм.

Подчеркнутую, обнаженную связь с производственной архитектурой, обыгрывание совершенства новейших инженерных конструкций, раскрытие технических коммуникаций демонстрирует стиль «хай-тек» (центр Помпиду в Париже). Стремление к монументальности стимулирует строительство уникальных зданий корпораций или резиденций городских управ (например, здание мэрии в Лондоне в форме огромной стопки сползающих тарелок, модернизированный берлинский Рейхстаг со стеклянным куполом); заметных с любой части города конструкций (смотровые башни, «колеса обозрения», перекрытые стеклом улицы в исторических кварталах). Вместе с тем стоит отметить, что стремления современных архитекторов строить ввысь, а также их безудержная фантазия в отношении форм и внешнего вида будущих зданий существенно сдерживалась архитектурными управлениями европейских городов и не достигла столь широкого размаха, как, например, в городах Японии, Китая или Нового Света. Многие проекты были отвергнуты или реализованы в современных районах европейских городов.

В XX веке европейские города пережили также волну увлечения ландшафтным «градо-дизайном», то есть максимальным «вписыванием» городских кварталов и городской инфраструктуры в окружающую природу — береговую линию, рельеф, зеленые насаждения. Для таких кварталов типична малая этажность, обилие деревьев, отсутствие прямых линий и площадей, монументальных сооружений, «давящих» над природой. Сегодня такие «экологические районы» также стали туристическими объектами и гордостью, например, мэрии Хельсинки, Стокгольма, Брюсселя.

Таким образом, современный европейский город как туристический центр обладает следующими характеристиками:

- сосуществованием в историческом центре кварталов и районов античной (не всегда), средневековой застройки, зданий или ансамблей Нового времени (классицизм, романтизм, ампи́р), в рамках которых развивается в

основном сфера услуг, индустрия туризма, гостеприимства и развлечений;

- наличием в городах (особенно в крупных) изолированного от исторического делового центра, возникшего и развивавшегося в течение XX века с преобладанием четких линий, геометрических форм и строгой планировки;
- присутствием районов типичной жилой застройки, в которых проживает основная масса местного населения.

При этом все районы в рамках городской агломерации соединены в единый организм города отлажено работающей системой городского транспорта и коммуникаций; разделены зелеными насаждениями (парки, леса), естественными преградами (реки, каналы, горы), либо территориями торгового и транспортного предназначения (торговые центры, транспортные развязки, узлы).

Единство исторического и культурного ландшафта многих европейских городов подчеркнуто или единством пространственной ориентации основных зданий и кварталов города (Темза — в Лондоне, набережная — в Стокгольме и Барселоне, левобережная ось в Париже, радиальная улица — в Вене, Гранд канал — в Венеции), или доминирующей над кварталами города композицией (Маттерхорн в Церматте, собор Святого Петра в Риме, Феерстурм — в Берлине). Это единство образует возможности панорамного обозрения исторической части европейского города, формирует его туристический облик и своеобразный бренд, способный к использованию в продвижении туристических возможностей города или страны.

Туристические объекты в европейских городах могут располагаться как среди аналогичных зданий в плотной средневековой застройке (памятники VI–XIV веков), так и представлять собой отдельно стоящее здание с окружающей его площадью или парком (например, Нотр-Дам в Париже, Саграда-Фамилия в Барселоне), комплекс зданий (Лувр, Собор Святого Петра, Базилика Святого Марка в Венеции) или ансамбль, включающий пространство площадей, улиц, зеле-

ных насаждений, водоемов. Памятники античной культуры в европейских городах могут быть выделены в отдельный комплекс или ансамбль (форумы Рима, Акрополь Афин), либо располагаться среди сооружений более поздней постройки (амфитеатр Пулы, Пантеон в Риме). На территории ряда государств (Италия, Испания, Греция, Франция) сохранились так называемые «заброшенные» римские города, в настоящее время являющиеся автономным, расположенным вне черты современных городских пунктов, туристическим ресурсом.

Для повышения эффективности туристического показа европейских городов в их исторических кварталах заранее определяют «узловые» объекты (либо доминирующие над городом, например, панорамы, либо просто наиболее известные туристические ресурсы населенного пункта), формирующие своеобразный «скелет» экскурсии. К примеру, экскурсии по Парижу включают такие «узловые» объекты как Нотр-Дам — Лувр — перспектива (правый берег Сены) — Эйфелева башня + Дом Инвалидов — Сен-Жермен — Латинский квартал (левый берег Сены) + панорама города с Сены; по Риму — Ватикан — набережные Тибра — площадь Навонны — фонтан Треви — Римские форумы — Колизей; по Праге — панорама — Градчаны — Карлов Мост — Пражский град (Староместская площадь).

Вся активная познавательная жизнь прибывающих туристов в основном и происходит в рамках скелета экскурсионного показа, поскольку готовящие экскурсионную программу специалисты в дальнейшем уточняют окончательный состав экскурсионных объектов, подключая к показу памятники, расположенные в рамках запланированного между «узловыми» аттракциями маршрута. Данный подход к реализации экскурсионного показа позволяет туристам с одной стороны, посетить наиболее выдающиеся и известные туристические объекты, а с другой — предполагает строгую организацию и планирование экскурсионной программы.

В крупных исторических и культурных центрах Европы организуют также отдельные показы пригородных памятников (расположенных в среднем на расстоянии до 200 километров), которыми обычно являются дворцово-парковые

ансамбли (Версаль — в Париже, Синтра — в Лиссабоне, Тиволи — в Риме), замки и оборонительные сооружения (Свиборг в Хельсинки, Кронштадт — в Санкт-Петербурге), монастыри (Монтсеррат — в Барселоне, Метеоры — в Афинах), малые исторические города (Упсала в Швеции, Микены в Греции), тематические парки («Евродисней» в Париже, «Сирена» в Хельсинки, «Мини-Европа» в Брюсселе) или уникальные природные объекты (Венский лес).

4.4. *ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РУССКИХ ГОРОДОВ*

Древнерусское государство, колыбель государственности трех народов — русских, украинцев и белорусов, в IX — начале XIII века вплоть до национальной катастрофы — монгольского нашествия — представляло собой одно из могущественных государств Европы. По оценкам специалистов, масштабы Древнерусского государства были велики — в IX–X вв. насчитывалось 26 городов, в XI веке возникло 62, в XII в — 120. Скандинавские источники именовали Русь «страной городов». В основе их развития была торгово-ремесленная и военная функции. Привлекательным был облик городов: позолоченные купола древнерусских городов поражали иностранцев.

Макроположение русских городов определялось их размещением на важнейшем торговом пути «из варяг в греки» (Киев, Полоцк, Новгород), в интенсивно осваивавшихся землях Волго-Окского междуречья и к северу от него и на юго-восточной степной окраине русских земель, где города-заставы принимали на себя удары завоевателей кочевников¹.

Микроположение диктовалось требованиями обороны: на возвышенности у впадения реки, на острове, полуострове; условиями торговли (у волока, у порогов, в центре освоенных сельскохозяйственных территорий. Колоссальная роль была у рек — их наличие было важнейшим условием развития сельского хозяйства и торговли.

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

Древнерусский город слагался в основном из трех элементов: крепости, торгового посада. Эта трехчастность структуры особенно характерна для небольших городов, которых было большинство, а также для раннего этапа существования крупного города.

Один из важных критериев, определяющих структурную типологию городов, — форма ядра-крепости. По этому принципу крепости подразделяются на четыре основных типа: круглая, рассчитанная на круговую оборону; полукруглая, примыкающая своей тыльной стороной к естественной (обычно водной) преграде; сегментная, занимающая какой-либо перешийек между водными преградами и имеющая поэтому более мощные укрепления с противоположных напольных сторон; секторная, занимающая мыс на озере, между сливающимися реками, речками, оврагами и рассчитанная на направленную оборону.

Внутри расширившихся в XI—XIV вв. крепостных территорий (кремлей) крупных городов обнаруживаются малые более ранние укрепленные города (кром-предградье). Это видно на планах Переяславля, Чернигова, Твери и др. Города обретали больший масштаб, а дальнейшее развитие их в целом как бы укрупнялось. Переяславль, Чернигов, Галич обрели затем новые подгородья, наподобие позднейшего Московского Китай-города.

Возле главных ворот с внешней стороны ядра-крепости, используя незастроенное пространство обстрела перед стеной, обыкновенно размещался главный городской торговый центр, который служил связующим звеном между крепостным ядром и посадом. Это положение сохранялось даже тогда, когда крепость и торговый центр оказывались разделенными рекой (Новгород Великий, Торжок, Переславль-Залесский и др.). На ранних этапах развития русских городов это явление, возможно, отчасти было связано с преимущественным функциональным (складским) назначением первоначального ядра города. Аналогичное положение торгового центра сохранялось и позже, когда крепостное ядро изменяло и расширяло свое первоначальное содержание (кремль — духовный и политический центр города).

В крупных городах помимо главного торгового центра возникало еще несколько мелких торговых площадок, иногда со специфич-

кой торговли (сенные, рыбные и пр.). Чаще всего эти торжки оседали возле речных мостов.

Место торга в общей структуре города — важный показатель для определения его типа и развитости. С наличием торга неразрывно связано и само социальное понятие города как места, где не только изготавливается на продажу ремесленная продукция, но и происходит обмен этой продукции на плоды сельского труда.

Основной торг был планировочным центром города: к нему, как и к воротам крепости, стягивались улицы посада, шли главнейшие дороги. Помимо того, что на торгу купцы любили возводить храмы в честь своих покровителей — Параскевы Пятницы, Николы, Власия и др., город нередко использовал территорию торга и для размещения на нем общегородского храмового комплекса (например, храмов-мемориалов в память о воинских и других важных событиях городской жизни).

Крепость и торг окружались посадом с дворами горожан, располагавшимися по сторонам улиц. Пространство позади дворов занимали огражденные сады и огороды. Местоположение крепостного ядра и связанное с ним местоположение торга предопределяли направления развития посада, а в результате — конфигурацию поселения в целом.

По характеру плана русские города, как и крепости, можно подразделить на четыре типа: круглые, полукруглые, сегментные и секторные. Города круглого типа были относительно мало распространены, поскольку возводились обычно на ровной местности и требовали больших материальных и трудовых затрат. Посад в городах этого типа равномерно развивался во всех направлениях. Примерами могут служить Дмитров, Юрьев-Польский и др. На плане Дмитрова особенно хорошо видно, что торг — это планировочный центр города, к которому стягиваются все основные улицы посада. В то же время Кремль, около которого находился торг, был центром объемной композиции. Такое сосуществование планировочного и объемного центров друг около друга характерно в целом для древнерусских городов.

Полукруглый тип был распространен больше, поскольку крепость возводилась с использованием защитных свойств

местности. Примеры таких городов: Ростов Великий, Новгород Великий, Пинск, Коростень и др.

Сегментный тип характеризуется постановкой крепости между двумя водными преградами, в соответствии с чем посад формировался с двух противоположных сторон крепости. Города иногда имели два торгова. Примерами могут служить Клин, Кашин, Козельск, Торжок, Хотомель и др.

Секторный тип характеризуется расположением крепости на мысу, что соответственно ограничивало направление развития посада. В подобной ситуации оказалось наибольшее число городов, среди них — Туров, Переяславль, Чернигов, Псков, Рязань, Пронск, Брянск, Ярославль, Нижний Новгород, Тверь, Москва.

Некоторые города имели сложные и сугубо индивидуальные структуры, не поддающиеся какой-либо формальной классификации.

Крупные древнерусские города, развиваясь и усложняясь по структуре, получали разного рода добавления: укрепления вокруг части или всего посада (предградье, острог, китай-город и др.), два-три торговища, монастыри на посаде или окраинах.

Каждый тип города в процессе роста проходил определенные стадии развития, в которых прослеживаются некоторые общие закономерности. Так, первоначально естественные преграды (чаще всего реки, овраги), использовавшиеся при постановке крепости, во многом определяли также границы посада, а, следовательно, и тип города. С ростом поселения естественные границы часто препятствовали центростремительным тенденциям застройки, которая все более удалялась от торгова и кремля. Однако в большинстве случаев посад в своем распространении преодолевал эти границы, пересекая сначала меньшую из преград, а затем большую.

Преодоление границ (как и создание линий укреплений) в значительной степени сказывалось на структуре города и означало новый важный этап в ее развитии.

В процессе своего роста города стремились в конечном итоге к кругообразному типу планировочной структуры, а изначальная разнотипность городов накладывала на этот процесс печать своеобразия. И если полукруглый по своему

типу город мог превратиться в круглый сразу же на втором этапе своего развития, а город сегментно-мысового типа становился таковым лишь на третьем этапе, то для городов секторно-мысового типа требовался наиболее сложный путь достижения этой цели — только на четвертом этапе.

Для развития крупных городов была характерна смена типа. Так, Киев древнейшего периода был городом секторно-мысового типа, наподобие Турова, Пскова, Переяславля, Москвы. Между градом Кия и сектором посада размещался тогда свой торжок (позднее названный Бабиным). Но после того, как возник город Владимира, включивший в свои границы этот древнейший город на Андреевском мысу, Киев стал развиваться как город сегментного типа. В сторону материка от города Владимира вырос город Ярослава, а на мысу при слиянии Губочицы и Почайны (рукава Днепра) возник укрепленный Подол.

Планировочным центром древнерусского города был торг, а в заречьях — мосты на торг или заречные торговые площади (т. е. свои центры). Вследствие этого в городах складывалась веерная система улиц, развивающаяся нередко несколькими «пучками» в разные стороны из нескольких центров. Радиальная система, таким образом, выглядела лишь «частным случаем» веерной системы (один центр — радиальная система; два-четыре центра, в зависимости от типа города, — система веерная).

Ветвистая система возникала уже при дальнейшем росте веерной (радиальной) системы города, когда улицы вееров (либо радиусы) начинали ветвиться на периферии города, покрывая ветвями улиц все более расширявшиеся к городским окраинам секторы посадов и позволяя из любой точки периферии пройти к центру по кратчайшему пути. Эта система была характерна для крупных городов (Киев, Чернигов, Москва, Углич). Ее появление можно рассматривать как третью стадию их планировочного развития.

Таким образом, в планах древнерусских городов следует различать постадийно три основные системы улиц:

- ✓ на первой стадии — порядковую систему нецентрического типа в каких-либо ее разновидностях (линейную, рядовую, перекрестную, прямоугольно-прямолинейную);

- ✓ на второй стадии — веерную систему центрического типа (реже ее разновидность — радиально-концентрическую систему);
- ✓ на третьей стадии — ветвистую систему центрического типа.

На сложение планировки того или иного города оказывали влияние также рельеф, гидрогеографическая сеть и другие факторы. Так, угол слияния рек, между которыми развивался город, влиял не только на общую его конфигурацию, но и на число отходящих от торгового уличных трасс. На узком мысу от крепостного ядра могла идти одна улица, на более широком — две-три. Большой угол слияния рек менял иногда сам тип города, переходящего от секторного к полукруглому, причем и число веерных улиц от этого увеличивалось.

На протяжении многих веков русской истории дерево оставалось основным материалом при возведении зданий и сооружений. Именно в деревянной архитектуре были выработаны многие строительные и композиционные приемы, отвечающие природно-климатическим условиям и художественным вкусам народа, позднее оказавшие влияние на формирование каменного зодчества.

Частые пожары ускорили замену дерева камнем в ответственных городских сооружениях как городские стены, башни и храмы. Деревянные стены Новгородского детища с земляным валом и рвом упоминаются около 1044 г., а первые сведения о каменной ограде относятся к 1302 г. Первые данные о каменной ограде Киева датируются 1037 г., Москвы — 1367 г. При некоторых различиях архитектуры в отдельных частях Руси она имела ряд общих особенностей, определившихся одинаковыми условиями развития. Это и позволяет говорить о русском зодчестве вообще и его художественном проявлении в разных регионах страны на протяжении всей истории народа.

Архитектура — явление производное от конкретной функциональной необходимости, зависящее как от строительно-технических возможностей (строительных материалов и конструкций), так и от эстетических представлений, определяемых художественными взглядами и вкусами народа, его творческими представлениями.

При восприятии произведений русской архитектуры независимо от времени их возведения и размеров, четко прослеживается соразмерность соотношений между человеком и зданием. Крестьянская изба, городской жилой дом, церковь или другое здание — все они человеческого масштаба, что придает русскому зодчеству гуманистический характер.

Семнадцатым веком завершается 700-летний период каменного древнерусского строительства, вписавшего не одну замечательную страницу в летопись мировой архитектуры. Ростки новых денежно-торговых отношений и рационального мировоззрения пробиваются сквозь заостреные формы домостроевского быта и схоластические догмы богословия. Здравые взгляды служилого дворянства и экономически преуспевающее купечество сказываются на многих сторонах общественной жизни и ее материальной оболочке — архитектуре.

Ширится торговля, особенно в конце XVII в., с Германией, Фландрией, Англией. Становятся более тесными культурные связи с Польшей и Голландией. Расширению кругозора и проникновению в искусство и зодчество элементов западноевропейской художественной культуры способствовала совместная творческая работа русских, украинских и белорусских умельцев. Историческое единение трех братских народов, во многом исходящих из общих архитектурных тенденций, взаимно обогащало их мастерство. Жизнь настоятельно требовала строительства гостиных дворов, административных зданий, промышленных предприятий, ставила все новые практические задачи, обязывала зодчих искать технические и художественные решения. Централизация государственной власти сопровождалась регламентацией в области строительства. Нормализуется архитектурно-техническая документация. Совершенствуются проектные и отчетные материалы и осваиваются масштабные чертежи, унифицируются архитектурно-строительные детали.

Конец XVII века — это связующее звено между древнерусским зодчеством и архитектурой XVIII века, время, подготовившее почву для нового художественного мировоззрения, способствующего творческому восприятию ордерной тектонической системы и формированию мастеров архитектуры для перехода к регулярному гражданскому строитель-

ству. В начале XVII века основным строительным центром становится Петербург. В 1700 году Россия начала Северную войну против Швеции, чтобы освободить русские земли и возвратить Невские берега России. 1 мая 1703 года русские войска вошли в крепость Ниеншпанц (у слияния рек Охта и Нева). Главная задача Северной войны была решена взятием крепости. Выход в Балтийское море для России был открыт. Необходимо было только его обезопасить и укрепить.

У разветвления Невы на три рукава, на небольшом Заячьем острове длиной и шириной примерно 750 на 350 метров, 27 мая 1703 года, по чертежу Петра I и военных инженеров заложили крепость нового бастионного типа — Петропавловскую крепость. Для прикрытия устья Невы с моря в 1703 году на острове Котлин было начато строительство военно-морской базы Кроншлот (Кронштадт). На южном берегу Невы, почти напротив Петропавловской крепости, в 1704 году по чертежу Петра I заложили судостроительную верфь-крепость — Адмиралтейство. Под защитой трех взаимодействующих крепостей началось возведение Петербурга, ставшего с 1712 года новой столицей России, провозглашенной в 1721 году империей.

Государственные и культурно-бытовые преобразования в Петровский период вызвали к жизни промышленных и общественных зданий и сооружений — фортификаций, верфей, заводов, производственных и гостиных дворов, коллегий, госпиталей, учебных и музейных помещений, театров и жилых зданий. Застройка Петербурга осуществлялась преимущественно по берегам Невы, ее рукавов и протоков, в силу сильной заболоченности почв и выхода к водным путям.

Размещение градоформирующих сооружений велось по указаниям самого Петра I. Первоначально поселения группировались по традиции слободами. Строились в виде крестьянских изб или городских хором с фасадами, иногда расписанными под кирпичную кладку. Единственным примером раннего периода является воссозданный позднее рубленый домик Петра I на берегу Невы на Петроградской стороне, снаружи расписанный «под кирпич».

С 1710 года стали строить только кирпичные дома. Несмотря на принудительные меры переселения в Петербург, строительство велось медленно. Идейно-политическая важ-

ность быстрого возведения столицы выдвинула перед архитектурой ответственные задачи. Город надо было создать исходя из передовых градостроительных принципов, обеспечивающих его престижно-представительный характер не только во внешнем архитектурно-художественном облике, но и по планировочной структуре. Не хватало квалифицированных архитекторов. И в 1709 году учреждается Канцелярия, ведавшая всеми строительными делами. При ней создается школа для начального изучения зодчества. Рассчитывалось, что более глубокие познания ученики этой школы должны были получить в архитектурных командах в процессе практического сотрудничества опытных архитекторов. Однако школа и команды не могли обеспечить расширяющееся столичное строительство. Петр I приглашает опытных архитекторов из западных стран, что позволило почти сразу же вовлекать их в строительство города. А также отбирает талантливых молодых людей и командировает их для обучения в западноевропейские страны инженерным и архитектурным искусствам.

В течение XVIII — первой половины XIX в. Петербург обогатился архитектурными ансамблями и зданиями, которые относятся к числу лучших в мире. Вслед за постройками в стиле так называемого петровского барокко (Петропавловский собор, здание 12 коллегий) Растрелли строит в стиле позднего барокко Зимний дворец, собор Смольного монастыря, Екатерининский дворец в Царском селе. В конце XVIII века в стиле классицизма Старов сооружает Таврический дворец, Ринальди — Мраморный дворец, Кваренги — Эрмитажный театр и Смольный институт, Захаров — Адмиралтейство, Воронихин — Казанский собор, Горный институт, Росси — Главный штаб и Михайловский дворец, Александринский театр, Сенат и Синод, Монферран — Исаакиевский собор.

Эти и другие шедевры определили высочайший художественный уровень застройки Петербурга, эффект воздействия которого не могли существенно снизить многочисленные здания банков, контор, доходных домов капиталистического Петербурга, сооруженные во второй половине XIX — начала XX века в стиле эклектики и модерна, среди которых лишь некоторые выделились архитектурными достоинствами.

Принципы, выработанные при строительстве Петербурга, были поистине революционными для России и оказали огромное влияние на развитие других городов страны. Во второй половине XVIII – первой половине XIX века приобретают большой размах градостроительные работы во многих городах страны. Разрабатываются регулярные планы около 500 губернских и уездных городов. Многие из этих планов хорошо учитывали особенности местности. Масштаб и уровень проектно-планировочной деятельности в городах России того времени следует считать выдающимся и не имеющим аналогов в мировой практике.

Наряду с ростом количества городов (к 1910 году в России официально числилось 665 городов), численности их населения, изменениями в экономическом положении важно отметить их быстрое территориальное развитие, возникновение новых городских промышленных районов. Как и в других капиталистических городах, контраст между буржуазными центрами и рабочими окраинами в городах России второй половины XIX – начала XX века был разительным. Новые здания банков, контор, богатых магазинов, гостиниц, особняков буржуазии, построенных в традиционных для Нового времени стилях (классицизм, романтизм, ампи́р, модерн) в центральных кварталах зримо противостояли угрюмым казармам рабочих, соорудившимся вблизи разрастающихся заводов и фабрик.

Советский период в российском градостроительстве и архитектуре был удивительным временем. Это был поразительный взрыв идей, полных раскрепощенных надежд, порожденных революцией¹. Лишь сравнительно недавно потенциал и богатство, новаторский дух и смелость архитектурных и градостроительных идей 20–30 годов XX столетия были оценены по достоинству. Основные особенности реализации градостроительных и архитектурных идей того времени заключались в том, что для реализации самых оригинальных, смелых и монументальных, демонстрирующих превосходство социалистической системы, власти не жалели ни средств, ни территории даже в исторических центрах самых крупных советс-

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

ких городов. Градоначальники смело подписывали проекты современных монументальных зданий, жертвуя при этом целыми кварталами многовековой застройки, храмами, монастырями и кладбищами. Особенно сильно пострадал исторический облик Москвы, которая в начале XX века должна была стать образцовой столицей государства будущего.

В архитектуре жилых и общественных зданий 20–30 годов торжествовали идеи конструктивизма, основанные на бескомпромиссном отказе от сложившихся архитектурных форм, ясности, чистоте и обнаженности конструкций. Любое украшательство расценивалось как буржуазный пережиток и мещанский вкус. Многие сооружения конструктивизма в Москве, Петербурге, Горьком и целый мини-городок конструктивизма в Свердловске сегодня принадлежат к лучшим произведениям мировой архитектуры и формируют облик уже российских мегаполисов.

Изобиловало то время и грандиозными, порой утопичными, но весьма монументальными проектами, такими как монумент III Интернационалу (инсталляция из геометрических фигур и спиралей высотой более 400 метров) и Дворец Советов (высота сооружения более 400 метров, из них венчавший здание памятник Ленину высотой более 80 метров). Этим проектам не суждено было воплотиться в жизнь, скорее всего потому что они намного опережали свое время, а их строительство требовало применения стройматериалов, появившихся несколько позднее (к примеру, могущие сравниться с этими проектами по высоте здания появились в США лишь спустя 35–40 лет).

В области планировки городов была сформулирована концепция регионального поселения, тесно связанная с планами ГОЭРЛО. Были развиты концепции линейных городов (позднее воплотившиеся в Сталинграде, Магнитогорске), городских агломераций, включавших в себя помимо самого города-центра комплекс городов-спутников (Москва). Были модернизированы с учетом не только текущих, но и перспективных особенностей генеральные планы городов, а также планы по реконструкции их центральных частей. Так, была предложена идея радиального развития Москвы с сохранением исторической ее части в рамках Садового кольца, от

которого в направлении кольцевой дороги должны вести четырнадцать проспектов. Радиальные проспекты, а также концентрические кольцевые улицы должны были стать важнейшими транспортными коридорами столицы, внутри которых концентрируется не только надземный транспорт, но и линии метрополитена, вокруг которых происходит строительство новых жилых микрорайонов и комплексов. Радиальные проспекты должны были выходить за рамки города и соединять со столицей города-спутники, расположенные за огромной зеленой зоной. Генеральный план Новосибирска был воистину гениальным. Разработанный в 20-х годах XX века он с точностью предсказывал рост города в течение будущих 50 лет.

К концу 30-х годов преобладает облик большинства советских городов.

Аскетизм архитектуры 20-х годов спустя десятилетие своей популярности больше не отвечал интересам архитекторов и потребностям городов, в которых появилась необходимость строить более парадные, импозантные здания и ансамбли. Возникает стиль советского реализма, допускавший использование художественных приемов, частично заимствованных из классики.

После победы советского народа в Великой Отечественной войне стремление к парадности, триумфальности, помпезности в архитектуре усилилось. Комплексы монументов и парков, посвященных Великой победе появляются во всех городах Советского Союза. Зачастую, благодаря их размерам и идеологической значимости, эти конструкции превращались в основной элемент облика городов, причем как новых жилых районов, так и исторических центров (Волгоград, Ленинград).

Были разработаны генеральные планы всех восстанавливаемых городов. Многие из практически полностью разрушенных мегаполисов СССР получили достойные решения, сформировавшие их современный облик (Крепцатик в Киеве, ул. Ленина в Минске, центр Волгограда). Москва, как столица страны — победительницы украшается короной из огромных сталинских высоток, сооруженных на возвышенностях, окружавших Кремль. Московские высотки сегодня — неотъемлемая часть

городского пейзажа, гармонично возвращающая столице (взамен разрушенных колоколен и церквей) вертикальный силуэт.

В середине 50-х годов происходит резкий перелом — быстрое наращивание темпов массового жилого строительства на индустриальной основе, сопровождавшееся требованиями решительного отказа от всевозможного украшения в архитектуре¹. Поощрялось строительство пятиэтажных жилых зданий, признанных наиболее экономичными и возводившимися на основах крупнопанельного строительства в рекордно короткие сроки. Индивидуальные строительные проекты были сведены к минимуму. Одинаковые жилые районы «Черемушки» тиражировались по всей стране, преследуя одну единственную цель — скорейшее разрешение жилищной проблемы. Социально-экономические последствия массового жилищного строительства 50–60-х годов трудно переоценить. Десятки миллионов советских семей получили изолированные квартиры, подключенные ко всем необходимым коммуникациям. С другой стороны, итогом этого достижения стала «одинаковость» пригородов и жилых районов всех советских городов, при строительстве которых не учитывали даже особенностей рельефа (просто выравнивали местность с целью обеспечения максимально дешевого строительства).

Несмотря на то, что в городах преобладал стиль массового строительства, параллельно с этим возводились и общественные здания, в архитектуре которых возобладало активное использование стандартных конструкций из стекла, алюминия, пластмасс, железобетона (сооружение проспекта Калинина, здание СЭВ, гостиница «Россия», Кремлевский дворец Съездов, гостиница «Интурист» в Москве). «Стандартно-стеклянная» архитектура, тиражированная примерно в одном стиле в разных городах, вскоре стала такой же назойливо однообразной, как пяти- и девятиэтажные жилые дома².

Особенностью советских городов также было и то, что в их структуре отсутствовала жилищная сегрегация, то есть явно выраженные районы для богатых и для бедных с принципиально отличающейся архитектурой и уровнем разви-

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

² Там же.

тия социальной инфраструктуры. В одном типовом доме одновременно могли получить квартиры академик и бывший крестьянин, работник исполкома и трудящийся с завода. Выделялись лишь более и менее престижные улицы или кварталы, престиж которых определялся, прежде всего, удаленностью от транспортной и торговой инфраструктуры.

Современные российские города претерпевают настоящий строительный бум, темпы которого подстегиваются колоссальным спросом на качественное и современное жилье, а также ростом стоимости недвижимости. Наместились процессы формирования престижных и «рабочих» кварталов или районов, на географическое положение в рамках города которых влияет, прежде всего, близость к историческому или деловому центру (к местам работы), транспортной инфраструктуре, а также экология (районы, лишенные крупных промышленных предприятий и загруженных автострад, с высокой плотностью зеленых насаждений автоматически становятся престижными и дорогими).

Отсутствие во многих городах дополнительных средств и сокращение федерального финансирования приводит к тому, что местная власть не имеет ресурсов для реализации крупных проектов, направленных на преодоление градостроительных проблем, например, таких как перенос промышленных предприятий за городскую черту, разделение функций делового и исторического центра, создание более современной дорожной инфраструктуры. Это, к сожалению, приводит к тому, что в исторических частях городов появляются либо явно современные высотные здания (при этом древние постройки уничтожаются), либо так называемые «новоделы» — постройки в «псевдо-старинном» стиле из современных материалов (стекла, пластика, полимерных материалов). Это, безусловно, ведет к тому, что города утрачивают свой исторический, а, следовательно, туристический потенциал, а исторические центры, вместо того, чтобы стать экскурсионным полем, задыхаются в пробках и нескончаемых потоках городского транспорта. Неразрешимая проблема дороговизны реконструкции и модернизации исторических зданий (в сравнении с постройкой современного), а также коррумпированность местных властей подстегивает эти негативные

тенденции, угрожая в скором будущем полным исчезновением исторических зданий в российских городах.

Строительные проекты в спальных и окраинных районах отечественных городов до недавнего времени реализовывались как точечная застройка, при этом мало внимания уделялось совместимости здания с окружающим ландшафтом (в том числе и естественным). Лишь сравнительно недавно в Москве, а позднее в региональных столицах стали реализовываться проекты строительства жилищных комплексов, учитывающие особенности географии, рельефа и инфраструктурные требования.

Российские курортные города в основном приобретали свой облик в советское время (курорты Российской империи — Ялта, Гагра — в настоящее время остались за границей), когда находились средства и возможности для массовой застройки курортных местностей, удаленных от транспортных магистралей и крупных промышленных центров, расположенных в сложных климатических (высокая влажность, плотная растительность) и географических (рельеф) условиях.

Облик большинства российских пляжных курортов сформирован сталинскими дворцовыми постройками и разбитыми вдоль набережных парками. Планировочное решение российских приморских городов учитывало особенности рельефа — корпуса санаториев и жилые здания располагались террасами на склонах гор, соединялись сложной системой извилистых дорог. Для расположенных в гористой местности российских пляжных курортов специфической чертой является наличие единственной проезжей улицы (проспекта), вдоль которой формируется туристический и развлекательный центр города. Доминирующим элементом городского ландшафта остаются природные объекты — панорамные виды на море, горы, расположенные на террасах парки.

Отдельные пляжные курорты России (например, Анапа, Ейск) возникали на базе казачьих станиц. И в общих чертах сохраняют традиционный для сельских населенных пунктов образ — преимущественно частная малоэтажная застройка и прямоугольная планировка улиц. Во времена туристического освоения в этих городах появились туристические центры, концентрировавшиеся вокруг набережных и прибрежных пар-

ковых зон. Прилегающая к пляжам территория застраивалась многоэтажными корпусами санаториев и предприятиями сферы торговли, общественного питания и досуговой сферы.

Горнолыжные курорты России по своему внешнему облику отличны от европейских. Их туристическое освоение также происходило в основном в советское время, благодаря чему в центре курортов появлялись многоэтажные, лишённые архитектурных изысков здания гостиниц, ориентированные на удовлетворение массового спроса на туристический продукт среди советских граждан. В настоящее время именно эти гостиничные предприятия формируют большую часть номерного фонда российского Домбая, Приэльбрусья и Красной Поляны.

Современный этап развития российских курортов характеризуется с одной стороны, развитием малых гостиничных предприятий, органично вписанных в окружающий ландшафт и занимающих максимально выгодное микроположение по отношению к пляжам и городской инфраструктуры. С другой стороны, рост цен на недвижимость в курортных зонах России стимулирует развитие высотной застройки (прежде всего жилой), которая не всегда гармонирует с окружающими ландшафтами и постепенно занимает доминирующее положение в облике российских курортов.

Таким образом, российские города как туристические центры можно классифицировать на:

- древнерусские (Новгород, Углич, Ростов Великий, Ярославль), исторический центр которых сохранил традиционную для до-Петровской Руси радиальную и секторную планировку и внешний облик, состоящий в основном из деревянных памятников зодчества, каменных построек в древнерусском стиле, вертикальный силуэт которых формируют колокольни и купола храмов. В центре этих городов обычно присутствует кремль, окружают историческую часть города монастыри и слободы. Исторический облик таких городов в основном сохранён, советские постройки (памятники, общественные здания) присутствуют обязательно, но своими размерами и высотой не доминируют над историческими постройками;

- имперские города, в основном построенные в период российского капитализма и промышленного развития (Петербург, Самара, Кострома). Для них свойственна прямоугольная планировка (сеть, веерная или симметричная системы) и наличие строгих ордеров и фасада в застройке. Исторический центр таких городов расчерчен широкими проспектами, украшенными зданиями в классическом стиле, большое количество скверов и парков, геометрически правильных площадей. В отличие от древнерусских городов, в городах нового времени храмы и соборы не являются узловыми объектами городского ландшафта, они органично «вписаны» в строгие ордера улиц и городскую систему площадей. Связующим и доминирующим элементом в центре имперских городов выступают общественные здания. Особенно интересны капиталистические города с реализованными архитектурными ансамблями, наиболее аттрактивный обзор которых возможен либо с расстояния, либо с высоты;
- города советского периода были соответственно построены либо существенно модернизированы в советское время. Для них характерно наличие весьма скромного по размерам исторического центра (обычно типажа имперских городов), окруженного зданиями в стиле конструктивизма или советского реализма. Доминантой в облике этих городов обычно являются общественные и административные здания с обязательной площадью, украшенной памятником эпохи СССР, и парком. Широкие проспекты и бульвары, заметная архитектурная эклектика, высотные конструкции также традиционны для центра такого города.

4.5. ТУРИСТИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО В АРАБСКИХ (МУСУЛЬМАНСКИХ) ГОРОДАХ

В VII–VIII веках арабские завоевания охватили огромную территорию от Средней Азии до Испании. Лишь победа

Карда Мартелла в битве при Пуатье в 732 году положила конец арабским завоеваниям в Старом Свете.

В 750 году Арабский халифат представлял собой величайшее государство, столицу которого Омейяды перенесли в Дамаск, понимая значение богатых и занимавших удобное положение по отношению к Средиземному морю городов Сирии. Аббасиды, захватив власть в халифате, где они правили до монгольского нашествия, перенесли столицу в Багдад, основав новую столицу вблизи развалин Ктесифона, разрушенного арабами в 637 году¹.

В 945 г. огромный халифат распался на ряд самостоятельных арабских государств, признававших власть халифа лишь номинально. Процесс арабизации и развития арабской культуры на базе сочетания арабских и местных элементов, тем не менее, продолжился. Развитию арабской культуры и науки способствовало знакомство арабов с трудами античных авторов (труды, обнаруженные в библиотеках Александрии были переведены на арабский и от арабов позднее попали в Европу).

Градостроительная деятельность арабов изначально была ограниченной. Во время захватнических походов арабы создавали укрепленные военные лагеря, обычно вблизи с ранее существовавшими городами. Позднее для контроля над захваченными территориями сооружались цитадели (шахристаны) — хорошо укрепленные поселения, в которых размещались дома правителей, селились придворные и воины. Постепенно шахристаны обрастали домами ремесленников и торговцев. Достигая определенного размера и экономической роли, ремесленные кварталы (рабоды) окружались крепостными стенами (попадали под защиту и покровительство наместников).

Макроположение арабских городов диктовалось, прежде всего, торговыми путями (причем в большей части сухопутными, что вполне объяснимо географией и климатическими особенностями региона), а также военными целями. Что касается микроположения, что чаще всего города создавались поблизости от источника пресной воды (река, озеро, оазис)

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

таким образом, чтобы будущий город окружали естественные преграды — чаще всего холмы и горы. Расположение города в низине, во-первых, защищало его в случае вооруженных атак, во-вторых, от ветров. Цитадель при этом могла быть построена как в центре, так и на окраине будущего города в зависимости от рельефных особенностей местности. Приморские города, расположенные на холмистом или горном побережье, обычно вытягивались вдоль побережья, а не «взбирались» террасами на возвышенность, как это было принято в Европе.

Доминирующий элемент цитадели мусульманского города — мечеть или комплекс мечетей, окруженных галереями с ажурными колоннами, обязательными фонтанами у входа и минаретами. Чем больше минаретов у мечети, тем выше ее священный статус и религиозная роль. Мечеть (по-арабски — масджид) означает место поклонения. Предполагается, что прототипом ранних арабских храмов стал дом пророка Мухаммада в Медине, где собирались его сподвижники — первые мусульмане. У этого дома был окруженный стенами двор с навесом, покрытый пальмовыми листьями. Когда ислам овладел умами сотен тысяч и миллионов людей, потребовались молитвенные дома, которые вмещали бы большое количество верующих. Большинство ранних арабских мечетей представляет собой огромный двор, окруженный мощными стенами; часть этого двора имеет перекрытие — аналог навеса. Таким образом, получалась как бы многократно увеличенная копия двора дома пророка. Посреди двора мечети сооружался бассейн для омовения или фонтан, вдоль стен шли крытые галереи, крыша которых держалась на колоннах или столбах, и таким же способом поддерживалась кровля над перекрытой частью двора. Она служила молитвенным залом, здесь колонны, составленные в стройные ряды, были размещены столь часто, что образовывали как бы некий лес, уходящий во все стороны и уводящий взгляд в беспределность.

Этот тип мечети получил название дворовой, или колонной мечети. Одна из древнейших построек такого рода была возведена в IX веке в Фустате (древний Каир). Инициатором ее сооружения был египетский наместник Ахмад ибн Тулун. Стена, окружавшая двор, здесь была очень мощной — на

случай нападения врагов. Перекрытая часть двора примыкала к стене, обращенной к Мекке, священному городу мусульман. Изнутри на этой стене находится михраб — ниша, завершавшаяся стрельчатой аркой. Заметим, что в любом мусульманском храме главная стена обращена к Мекке и имеет один или несколько михрабов.

В подавляющем большинстве случаев рядом со зданием мечети возвышается один или несколько минаретов. Минарет — это башня, с верхней площадки которой специальный служитель звонким голосом созывает правоверных на молитву. Этих служителей называют у арабов муэдзинами, в Средней Азии — азанчи.

Пример 6. Важнейшие мечети

По типу дворовой мечети в начале VIII века при халифе Валиде I была сооружена знаменитая мечеть в Дамаске. Ее называют по-разному: мечеть Валида, большая мечеть Омеядов. При ее постройке было использовано старинное здание христианского храма. В частности, здесь до сих пор находятся его стройные колонны с коринфскими капителями. Мечеть Валида имеет большой внутренний двор и молитвенный зал, южная стена которого снабжена несколькими михрабами. Здание щедро украшено инкрустациями из мрамора, мозаикой и позолотой, что ошеломляло простых арабов, еще недавно знавших только шатры и скромные городские дома.

Главной мечетью мусульманского мира является мечеть в Мекке, построенная также по типу дворовой. В центре двора находится храм Кааба. В числе важнейших заповедей ислама — стремление для каждого верующего хотя бы раз в жизни, по возможности, посетить мечеть Каабы, совершить хадж — паломничество в Мекку.

Особняком среди ранних арабских мечетей стоит еще одна знаменитая постройка — мечеть Омара в Иерусалиме, возведенная в конце VII столетия. Ее другое название — Куббат ас-Сахра, что значит «купол скалы». Дело в том, что это центрально-купольное здание, не имеющее tradi-

ционного большого двора, возведено над скалой. Некогда здесь стоял храм библейского царя Соломона, поэтому оно считается святыней не только у мусульман, но также у христиан и иудеев. Праведный халиф Омар ибн Хаттаб воздвиг здесь мечеть, так как по некоторым признакам он полагал, что именно отсюда пророк Мухаммад совершил вознесение.

Поблизости от мечетей в цитадели сооружались дворцы наместников (эмиров, халифов). Арабский дворец в средние века представлял собой огромный комплекс зданий, соединенный крытыми галереями, с большим количеством внутренних двориков и беседок. Здания во дворцах различались по своему функциональному назначению. Самая роскошная и богато декорированная часть — покои правителя; монументальная — здание для официальных мероприятий, приемов и аудиенций. Наконец обязательный атрибут — гарем, в котором размещались покои жен правителя. Комнаты жен были примерно одинаковыми по величине и богатству оформления, каждая из них соединялась с частью дворца, в которой проживал супруг. Общая часть гарема — сираль — представляла собой большой парк с фонтанами, в нем собирались и общались супруги правителя.

В каждой части дворца обязательно сооружались отдельные комнаты для молитвы. Комнаты дворцов богато декорировались в арабском стиле, формирование которого шло в русле религиозных традиций.

Заводя разговор об арабской архитектуре и живописи, следует отметить, что по Корану изображение какой бы то ни было животной формы считалось делом сатаны. Отсутствие изображения живых форм сжало художественную свободу арабских художников. Восточная фантастичность, и в то же время отсутствие живых образов фантазии позволила разыграть их художественной мысли до самого необузданного изящества. С X в. здания начинают украшать изящными геометрическими орнаментами, в которые были включены ритмично повторяющиеся узоры и стилизованные надписи — арабская вязь. Европейцы такому орнаменту дали название «арабеска». Влияние ислама обусловило недораз-

витость в арабской культуре живописи и скульптуры, в связи с чем изобразительное искусство ушло в ковровость, характерными чертами которой были узорчатость и цветистость. Любимым цветом арабов был красный — это был цвет женщин, детей и радости; белый, черный и фиолетовый считались как цвета траура, зеленый означал исключительный престиж. Серый цвет презирали.

Пример 7. Кордоба — пример арабской архитектуры и градостроительства

После завоевания арабами Пиренейского полуострова и образования там нового халифата, столица Кордова, ставшая и резиденцией нового халифата, быстро преобразилась и достигла под управлением арабов высшей степени благосостояния. Все улицы города были отлично вымощены и освещены горевшими фонарями. Жилища арабов с балконами из полированного мрамора, висевшими над поместными садами, каскады воды, цветные стекла — такой роскоши европейцы еще не видывали. «Роскошь арабов доходила до того, что зимой комнаты нагревались теплым воздухом, надушенным в тайниках. С потолков спускались огромные люстры, из которых иные умещали более тысячи огней. Мебель из лимонного дерева, с инкрустацией из перламутра и слоновой кости, стояла на персидских коврах, перемежку с великолепными комнатными цветами и экзотическими растениями. В библиотеке находились книги, украшенные необычайными по вкусу и изяществу виньетками (чудеса каллиграфии, предупредившей своим появлением в свет книгохранилища пап). Калиф Альхакем обладал библиотекой такого размера, что один каталог ее обнимал сорок томов. Придворный блеск был совершенно сказочный. Приемные залы нередко выкладывались золотом и жемчугами. Число служителей дворца было более 6 тысяч человек. Собственная стража калифа, носившая золотые сабли, достигала 12 тысяч человек. Гаремные женщины были образцами красоты всего Средиземного побережья. Арабы были первыми садоводами в Европе,

все самые ценные фрукты были перенесены в Европу ими. В искусственных бассейнах разводили рыбу. Держали огромные птичники и зверинцы.

В окружающих цитадель работах сооружались огромные крытые базары, медресе, бани, жилые кварталы. Отдельно стоит отметить, что согласно религиозным традициям, в русле которых развивалось все мусульманское искусство, в арабских городах не было (и по настоящее время нет) трущоб с вопиющей нищетой и антисанитарией, что было вполне традиционно для Европы. Городские власти одинаково заботились о состоянии всех районов города, не делая исключений для отдельных из них.

Арабские дома плотно строились стена к стене, в основном из глинобитных материалов с активным применением дерева и камня. Дома «раскрывались» галереями и навесами внутрь двора, тогда как на улицу не выходило ни одного окна, лишь входная дверь. Обязательным интерьером внутреннего убранства зажиточного дома был фонтан и подобие римского патио — внутреннего дворика. Любая площадь (или просто более широкая улица) использовалась в качестве торговой. Фанатичная чистоплотность мусульман стимулировала появление канализации и централизованной системы вывоза бытовых отходов за городскую стену, что во многом шокировало и вдохновляло редких европейцев, посещавших халифат.

Так как большая часть арабских стран расположена в жарком климатическом поясе, основной задачей при постройке жилищ у людей было спастись от невыносимой летней жары. В домах сооружались подземные этажи, снабженные водопроводом, куда перебирались летом. Очень распространен был мокрый войлок: растягивали войлочные ширмы, на которые сверху по проложенным трубам текла вода. Вода смачивала войлок, испарялась и давала прохладу. Избалованных жителей Багдада даже считали неприспособленными к военным действиям, потому что «они привыкли к домам на берегу реки, к вину, льду, мокрому войлоку и певичкам».

Комнаты в домах были практически пусты. Из мебели имелся лишь сундук, используемый для хранения одежды, и множество подушек. Стульев, конечно же, не было — сидели

прямо на полу, в связи с чем коврам придавалось такое огромное значение. Стол вносили только во время еды, уже накрытым, причем часто он представлял собой цельную плиту из красивого поделочного камня или редкого сорта дерева.

Расцвет исламской архитектуры и градостроительства прекратился после монгольского нашествия. Халифат остался в прошлом, на его обломках возникли десятки новых независимых государств. Некоторые из них постепенно стали колониями европейских стран (например, частично Тунис, Марокко, Египет); другие — продолжали оставаться независимыми, но однако не могли оказывать существенного влияния на развитие человеческой цивилизации.

Несколько живительным для исламской архитектуры и градостроительства был период могущества Османской империи. Турки, присоединив огромные территории на Ближнем Востоке, также построили огромное количество мечетей, развивали торговлю, прежде всего со странами Европы, стимулировали образование и культуру. Столица Османской Турции — Стамбул, ранее бывший центром православия и считавшийся Вторым Римом, в кратчайшие сроки превратился в крупнейший город Востока, благодаря как своему географическому положению (на пересечении торговых сухопутных и морских путей), так и могуществу Порты. Город был украшен десятками дворцов, обращенных к Босфору, выдающихся мечетей, общественных зданий. Внешний облик города мало чем (кроме вертикальный решений минаретов и огромных куполов мечетей) отличался от европейского средневекового — узкие мощенные улицы, сползавшие к набережной, нависающие над ними вторые этажи зданий, миниатюрные площади. В центральной части города был построен огромный базар с купольными перекрытиями и галереями, но он в силу своей приземистости, не нарушал общего ландшафта.

В период Нового времени мусульманские государства развивались практически автономно от Европы, переживавшей промышленный бум. Исключения составляли только колониальные владения на севере Африки, города которых, несмотря на европейское влияние, сохранили восточный, арабский дух и внешний облик. Лишь сравнительно недавно (в XX веке) вовлечение арабских государств в мировую торгов-

лю, превращение отдельных из них (особенно нефтедобывающих) не только в региональных, но и мировых лидеров, требовало пересмотра градостроительной концепции, адаптации мусульманских городов к требованиям новейшего времени и экономического развития.

Традиционные мусульманские города активно импортируют достижения современного западного градостроительства и архитектуры. В крупнейших из них появляются деловые центры, которые чаще всего сооружались на основе бывших торговых площадей. Интересно отметить, что проблемы совмещения функций исторического и делового центра в современных городах мусульманского мира практически никогда не стояло. Во-первых, поскольку издревле место торговли и религиозный центр (вокруг которого и формируется исторический район города) развивались отдельно; во-вторых, то, что исторический центр арабского города является и религиозным — в нем находятся основные мечети и медресе, а нарушение доминанты минарета или купола священной мечети современной многоэтажкой могло расцениваться как кощунство. Даже в таких вполне современных городах Востока, как Дубай или Доха, современное градостроительство подразумевает параллельное развитие религиозных и деловых центров.

На протяжении XX века мусульманские города существенно повышают комфорт проживания своих жителей. В городах строятся современные магистрали, уличные рынки модернизируются в крытые торговые центры с удобными подъездами и парковками. Повсеместно появляются современные кварталы с широкими проспектами, многоэтажной застройкой, парками, набережными и необходимой социальной инфраструктурой. Сохранение исторического облика центральной части городов, а также обострение проблемы городского транспорта требует строительства тоннелей и многоуровневых транспортных развязок.

В ряде городов Востока реализуются широкомасштабные проекты, формирующие новый, более современный облик города. Так, Каир «разворачивается» лицом к Нилу, вдоль набережных которого возводят многоэтажные здания делового и туристического назначения; аналогичным обра-

зом формируется панорама с моря в Касабланке (строительство высочайшей мечети практически на воде и создание современного туристического центра города на набережной); «растущий вверх» Тегеран (многоэтажные здания пригородов которого все выше взбираются на окружающие город холмы) или раскинувшийся в двух частях Света, соединенных подвесными мостами, Стамбул, главной «улицей» которого становится пролив Босфор.

Местом градостроительных и архитектурных чудес сегодня однозначно являются города Объединенных Арабских Эмиратов, которые за последние 20 лет реализовали уникальные проекты (Пальмовые острова, Карту мира, строительство самого роскошного гостиничного центра на искусственных островах, проект самого высокого здания и самой высокой башни в мире и многие другие), сформировавшие их ультрасовременный и «неземной» облик. Стремительная модернизация внешнего облика мусульманских городов, во многом символичная и монументальная, прежде всего служит демонстрацией экономических успехов этих стран, процесса усиления их роли в развитии мирового хозяйства, культуры, искусства и науки.

Особенностью современного мусульманского города как туристического центра является, прежде всего, очевидное разделение его на старую (историческую и религиозную) и новую части. В старой части городов (медина) находятся основные культовые сооружения, старинные здания, базары, музеи, наиболее знаменитые памятники. Широких транзитных улиц здесь мало, поэтому проезжая часть практически в любое время забита транспортом. В основном медины — это кварталы узких пешеходных улиц, приземистых зданий с глухими стенами, многочисленными арками и торговыми лавками.

Местные жители не считают проживание в историческом центре престижным — старинные постройки не отличаются комфортом и большими площадями квартир. В основном в мединах живут мелкие торговцы, ремесленники и работники туристической инфраструктуры городов, тогда как более состоятельная публика перебирается в новые районы, обладающие более высоко развитой инфраструктурой — жилыми домами, транспортными развязками, торговыми цен-

трами и так далее. Новые районы городов отличаются также большими коммунальными удобствами и намного чище, хотя с туристической точки зрения не представляют никакой ценности (кроме более развитой инфраструктуры развлечений и проведения досуга).

Большинство современных и высококлассных отелей в столицах арабских государств расположены в новых или деловых районах, тогда как проживание в исторической части города в основном предлагают небольшие отели и пансионаты, более дешевые, но предлагающие весьма ограниченный набор туристических услуг.

Развитие международного туризма в XX веке стимулировал процесс формирования курортных местностей в арабских странах. Прежде всего, это были пляжные курорты, что вполне объяснимо особенностями географии и климата. Бум курортного гостиничного строительства пришелся на 70–90 годы прошлого столетия, а в отдельных государствах продолжается до сих пор. Традиционным для арабских пляжных курортов является их строительство практически «с нуля», на пустынном месте, поэтому большинство курортных центров не имеют исторической части и определенной познавательной ценности. Таковы Акаба в Иордании, Шарм-эль-Шейх, Сафага, Эль-Гуна, Марса-Алам — в Египте, Агадир — в Марокко, Монастир — в Тунисе, Кемер, Фетие — в Турции.

Пляжные курорты на Востоке, в отличие от европейских стран, строились с азиатским размахом. Практически все отели имеют прилегающие территории и пляжи, поэтому курортная зона, представляющая собой цепочку из отелей, может вытягиваться вдоль берега на десятки километров. Как такового развлекательного или торгового центра в большинстве пляжных курортов Востока нет (их роль может выполнять кусок центральной набережной или район, прилегающий к главной мечети городка), поэтому туристы проводят все свободное время на территории отеля, что требует от него максимально развитой инфраструктуры досуга и развлечений. В отличие от курортов Европы, где отдыхающий проживает в центре городской инфраструктуры, на Востоке турист может быть поселен в отель, расположенный в десятке километров от центра курорта, и, следовательно, практи-

чески не сталкиваться с особенностями городской жизни местного населения.

Горнолыжные курорты есть только в единичных мусульманских государствах — Турции, Иране, Марокко и Ливане. В целом для их строительства использовались те же принципы, что и при создании пляжных курортных комплексов — современные высотные здания гостиниц с прилегающей территорией и высоко развитой инфраструктурой, как таковое отсутствие центра городской жизни, удаленность отелей друг от друга.

Доминирующим элементом в облике восточных курортов являются, прежде всего, высотные здания отелей. Поэтому местные архитекторы проявляют максимум фантазии при их строительстве. Оригинальность передается как традиционными способами (внешний декор, очевидная стилизация, наличие хотя бы одного вертикального элемента в конструкции), так и весьма оригинальными (искусственные острова и каналы, «вписывание» здания отеля в скалы, искусственные террасы и так далее).

Таким образом, современные мусульманские города как туристические центры, характеризуются:

- обязательным наличием в планировке города исторической и религиозной части — медины, которая хоть и не соответствует современным представлениям о комфорте проживания, представляет собой основной исторический ресурс города. Основные отличия арабской медины — большое количество пешеходных, узких улиц, базаров, торговых площадей, музеев. Доминирующий элемент медины — цитадель, минареты и мечети. На территории исторических частей некоторых мусульманских городов (Амман, Дамаск, Бейрут, Иерусалим) сохранились памятники финикийской, древнеегипетской и древнеримской постройки (амфитеатры, колоннады, базилики), которые в течение тысячелетий вписывались в общий ландшафт районов. В отдельных мусульманских городах (Стамбул, Каир) прекрасно сохранились крепостные стены и бойцовые башни;

- наличием более современных, европеизированных, комфортных районов новой застройки, прилегающей к медине, на территории которых расположены наиболее престижные и дорогие гостиничные предприятия;
- существованием отдельных от исторического центра деловых районов города, доминирующий элемент ландшафта которых — высотные здания и ультрасовременные магистрали.

Отдельно стоит отметить, что на территории арабских государств сохранились города до-арабского периода. К таким можно отнести египетские Луксор (Фивы), Эдфу, Комомбо (древнеегипетские столицы или храмовые комплексы), сирийскую Пальмиру, ливанский Баальбек (древнеримские города), тунисский Карфаген, иорданскую Петру. В настоящее время территории вокруг этих городов заселены арабским населением, но их исторический облик полностью сохранен.

Также в арабских государствах есть и города типичного европейского облика, застраивавшиеся в основном во время колониального господства европейцев. Такова, к примеру, египетская Александрия — древнейший город мира, к сожалению разрушенный землетрясением в XIV веке и практически полностью перестроенный по образцам европейских столиц. Архитектурная арабизация Александрии состояла лишь в сооружении нескольких крупных мечетей вдоль набережной, но они, однако, не стали формирующей общий облик города доминантой. Примерами архитектурно европеизированных мусульманских городов можно также считать «Париж Востока» — Бейрут и Тунис.

4.6. *ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДОВ АЗИИ*

Расположенные на большом расстоянии, отделенные от Европы и Ближнего Востока пустынями, горными массивами и широкими реками, азиатские цивилизации в течение длительного периода своей истории развивались автономно от западной, переживая как периоды своего расцвета, так и

временного упадка. Контакты между цивилизациями в древнее время и Средневековье носили «точечный» характер. Так, Александр Македонский в своих завоеваниях дошел до городов северной Индии, отдельные европейские путешественники познавали культурные особенности Китая и стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Однако в силу кратковременности этих контактов, смешение культур и активный обмен достижениями западной и азиатской цивилизаций начался сравнительно поздно — во времена колониального владычества европейских метрополий (Португалии, Франции, Нидерландов и Великобритании), активизации морского торгового и пассажирского сообщения между Старым Светом и таинственными, но колоссально богатыми на ресурсы государствами Востока.

Вместе с тем история градостроительства и архитектуры в Азии насчитывает тысячелетия. Их достижения, в основном определенные религиозными и климатическими традициями, можно сравнивать с более известными европейскому туристу достижениями Древней Греции или Римской Империи. Особенных высот достигло градостроительство в древних индийской и китайской цивилизациях, отдельные памятники которого до сих пор формируют туристический потенциал этих государств.

Градостроительство в Индии в древний и средневековый период

Древнейшими сохранившимися реликвиями строительной деятельности на Индийском субконтиненте являются города Индо-Гангской равнины: Мохенджо-Даро (современный Пакистан), Хараппа, Лотал, Калибанган и некоторые другие, построенные в третьем тысячелетии до н. э. Эти города — одна из первых попыток создания человеком урбанистических центров. Улицы планировались по сетчатой схеме, и существовала определенная система использования земли. Здания, сложенные из обожженного и необожженного кирпича, имели строго утилитарное назначение, создавались искусно и на основе глубоких знаний принципов строитель-

ства. Жаркий климат требовал устройства внутренних двориков; их окружали просторные покои; сточные воды из кухонь и многочисленных бань поступали в городскую канализационную систему.

Среди прочих строительных приемов создатели этих городов использовали ступенчатые арки. «Большой бассейн» в Мохенджо-Даро свидетельствует о том, что крупные ритуальные сооружения строились уже в то время. После того, как города Индо-Гангской равнины пришли в упадок во втором тысячелетии до н.э., высокоразвитое и стандартизированное искусство, основой которого был кирпич, уступило место ведическому периоду с его безымянными пастушескими поселениями, сооруженными из глины, тростника, бамбука и дерева, в долинах рек Сарасвати и Ганг. Хотя до нас не дошли образцы строений ведического периода, выполненные из подверженной разрушению древесины, мы знаем о них по творениям буддийских скульпторов III и II веков до н.э. Они часто запечатлевали отдельные эпизоды жизни Будды в архитектурной кладке этого периода.

Примерно в III – II веках до н. э. буддизм превращается в доминирующую религию, и вместе с ней в индийское искусство и архитектуру входит камень. Многие каменные сооружения этого периода избежали разрушительного воздействия времени, и до нас дошли достаточно полные сведения об этих памятниках.

Можно выделить три типичных направления буддийской архитектуры, получившие развитие в этот период:

ступа — монументальные постройки захоронений,

чаитья — культовые залы,

вихара — монастыри.

В буддийских центрах в Санчи и Бхархуте в центральной Индии свидетельством связи этих сооружений с деревянной архитектурой прошлого является резьба каменных ограждений и ворот.

По мере развития буддийских направлений в архитектуре изображение самой ступы стало предметом поклонения, а чаитья приобрела апсидную планировку, при которой апсида с одной стороны предваряется культовым залом с колоннами. В вихаре, или монастыре, кельи монахов обычно рас-

полагались по периметру прямоугольного двора и иногда строились в несколько этажей. Однако наиболее удивительные буддийские памятники относятся к архитектуре *пещерных* храмов в районах штата Бихар на востоке и Махараштра на западе.

Монахи расширяли и преобразовали природные гроты и пещеры на горных склонах, создавая при этом огромные и величественные молитвенные залы и монастыри в громадных утесах. Хотя эти монастыри высекались в скалах, планировка и профиль этих пещер в точности повторяли более ранние сооружения и являлись точными каменными копиями предшествующих кирпичных и деревянных зданий. Эта особенность была настолько характерной, что даже структурные деревянные элементы воссоздавались в камне. Монахи — архитекторы, вырубавшие пещеры, ввели пилоны, балочные конструкции, стропила с окнами, балконы и огромные аркообразные проходы, подобные ранним деревянным конструкциям. Наиболее известные из таких памятников находятся в Барабаре (штат Бихар), а также в городах Бхайя, Карли, Аджанта (штат Махараштра). Строительство этих «удивительных пещер света» на скалистых склонах древними архитекторами оставило неповторимый след в индийской архитектурной традиции. Пещеры, высеченные в скалах, есть и в других местах, но эстетические достижения индийских архитекторов не имеют аналога нигде в мире.

В последующие века влияние буддизма в Индии ослабло, и материальное процветание в V в. проложило дорогу к возрождению идей брахманизма, или индуизма, в период правления великой династии Гуптов. Возродившись, индуизм сохранил свое влияние на большинство населения Индии в течение следующего тысячелетия, и это получило отражение в развитии индийской архитектуры, освященной религией.

Архитектурные памятники эпохи великого возрождения государства Гуптов считаются выдающимися. Эта эпоха породила совершенно новую архитектурную традицию, которая тесно связана с возведением индуистских храмов, ставших могущественными центрами веры и просвещения на многие столетия. До этого общая планировка всех подобных храмов была, как правило, арсидной. В эпоху Гуптов храмы

развивались из обычных квадратных камер-святых, которые существовали в период раннего правления Гуптов в городах Санчи и Эран в центральной Индии, и превращались в более сложные сооружения. По окончании раннего периода пробного строительства в Айхоле и Бадами возникают два направления храмовой архитектуры. Основное различие между этими направлениями заключалось в форме высокой крыши храма, являвшейся отличительной чертой индуистского храма.

На севере страны крыша *шикхара* имела более или менее плавные пирамидальные очертания и поднималась непрерывной линией к закругленной вершине с вытянутым острием. На юге крыша называлась *вимана* и поднималась уменьшающимися ступенями, подобно ступенчатой пирамиде, создавая неповторимую и своеобразную форму.

Между X и XIII веками храмовая архитектура приобретает геометрическую четкость. «Парящие» храмы в Каджурахо (центральная Индия), Конараке (восток страны) и Танджуре (юг) — примеры излюбленной формы триумфально-величественных сооружений, богатой и впечатляющей. Сложная резьба на поверхности этих храмов обогащает структуру форм и стилистически объединяет их, что выражается в единообразии обработки материала и различных местных вариациях. Наиболее яркое отражение такое искусство нашло в западных штатах Раджастан и Гуджарат при строительстве величественных джайнистских храмов Маунт-Абу и Палитана, декорированных снаружи и изнутри необыкновенно сложной резьбой. В Тамилнаде вестибюли гудха манданас и возвышающиеся ворота гопурамс являются характерной особенностью храмовой архитектуры наравне с залами для танцев и крытыми внутренними галереями, сооруженными в храмах Модхера в штате Гуджарат, Конарак и Пури в штате Орисса и Кхаджурахо в центральной Индии.

В Рамерсвараме на юге, Кашмире на севере и Конараке на востоке открытые дворы *пракамас*, арки в виде трилистника, сооружения в виде колесниц стали отличительными чертами храмов этих районов.

Исторические записи свидетельствуют о том, что архитекторы того времени заботились о сохранении существующего ландшафта, используя его, чтобы подчеркнуть величие

возводимых зданий. Создается впечатление, что архитектурные формы в сущности представляют неотъемлемую часть ландшафта. Стратегические соображения определили расположение городов на местностях, изобилующих выходящими на поверхность скалами и огромными валунами. При строительстве архитекторы использовали скалы и пространство возле них, искусно располагая украшенные резьбой небольшие структурные группы с учетом ландшафта. Таким постройкам отдавалось предпочтение перед большими импозантными сооружениями.

Многократные набеги на Индию турок и афганцев после X века вызвали перемены в культурной, социальной и экономической жизни. Хотя первые захватчики не создали своих империй в Индии, их набеги стерли с лица земли малоэффективные пограничные укрепления, несмотря на героизм их защитников, и в конце концов в 1192 г. в исторической битве у Тараина «как великое здание, войско индусов дрогнуло и пало на собственные руины». И буквально из этих руин родилась новая, свежая традиция мусульманского строительства в Индии.

Мусульманский султан Кутб-уд-дин-Айбак объявил себя правителем Дели и почти сразу же начал работу над древнейшей из сохранившихся на индийской земле мечетью Кувват-ул-Ускам, которая является центром знаменитого комплекса Кутб к югу от Нью-Дели. Кутб-уд-дин не имел ни времени, ни средств, чтобы выписать ремесленников, каменщиков и архитекторов из родного Афганистана. Жажда строительства у Кутб-уд-дина вылилась в то, что каменные блоки, колонны и перемычки изымались из имевшихся неподалеку индуистских и джайнистских храмов и укладывались по периметру прямоугольного двора. Эти элементы использовались как составные части сооружаемой мечети на выбранном им участке. Впоследствии это явление получило название «археологический хаос». Однако были посеяны семена, из которых возникла традиция взаимных уступок между аскетизмом ислама и скульптурным мастерством местных каменотесов. Эта традиция стала как бы общей для местных индийских мастеров — строителей и мусульманских надсмотрщиков. Дальнейшая история мусульманской архитектуры

в Индии характеризуется поразительным и постепенным слиянием двух казалось бы противоположных представлений, вызвавших к жизни один из самых насыщенных периодов индийской архитектуры.

Широкая строительная деятельность, развернувшаяся в последующие 500 лет, в основном вызывалась тщеславием правителей, которые постоянно возводили новые города, чтобы увековечить свои имена. Не успела власть мусульман укрепиться в Дели, как Кутб-уд-дин построил величественную триумфальную башню — минарет Кутб-Минар — утверждение могущества власти султана.

Последователи Кутб-уд-дина планировали и строили совершенно новые города, подтверждая таким образом свое могущество.

Ала-уд-дин Кхальи, правивший в начале XIV века, построил город Шири рядом с комплексом Кутба. Хотя от Шири почти ничего не осталось, скромная Али-Дарваза в комплексе Кутб указывает на начало процесса совершенствования основного модуля мусульманской архитектуры — кубической колонны, увенчанной правильным полушатровым куполом. Когда сооружение этого основного модуля, а также новая технология возведения арок правильной формы и куполов была освоена индийскими строителями, этот модуль стал включаться в различные комбинации при строительстве мечетей, гробниц, дворов, рынков и целых городов. Используя эти основополагающие конструкции, династия Туглакидов, правившая в Дели с 1320 по 1413 год, внесла подлинный мусульманский колорит в строительство новых городов. Это явно прослеживается на примере городов-крепостей Туглакбада и Фируз-Шах-Котла, основанных Гийас-уд-дином и Фируз-шахом. Последний город вытянулся по берегам реки Джамна и сейчас является частью Нью-Дели, отражая типичную планировку мусульманской цитадели.

Город состоит из периферических оборонительных валов, серии открытых общественных и внутренних индивидуальных дворов, расположенных по оси, которая выводит к великолепным частным дворцовым сооружениям. Династия Туглакидов придала «воинственный» стиль архитектуре, характерными чертами которого были наклонные, похожие на

крепостные, стены с контрфорсами и круглыми пилонами. Этот стиль использовался при строительстве зданий как оборонного, так и религиозного или светского назначения.

Однако при штурме войсками Тимура из династии Моголов эти оборонительные сооружения пали, а опустошение столицы мусульман — города Дели — послужило сигналом для ремесленников и мастеров города перемещаться в различные периферийные центры мусульманского государства, которые развивались вокруг городов Джанпур и Пандуа — на востоке, Ахмедабад — на западе, Малва — в Центральной Индии и Биджапур — на юге. Начало распространения мусульманской традиции в архитектуре в этих районах отмечено строительством зданий из материалов, взятых на развалинах индуистских храмов, так же, как это было ранее в Дели. Однако постепенно проектировщики выработали жизнеспособные и самобытные архитектурные стили, приспособляясь при этом к определенным климатическим, географическим и социальным условиям каждого региона. В Бенгалии, например, недостаток камня как строительного материала и непрерывные дожди способствовали устройству характерных покатых парапетов для мечетей, на которых возводились кирпичные стены, декорированные терракотой. С другой стороны, в Джанпуре сильное влияние архитектурного стиля Тутлакидов, утвердившегося в Дели, стимулировало возведение крупных каменных пилонов с волнистым профилем, примыкавших к колоннадам части мечети, покрытой крышей.

В Гуджарате и его окрестностях, однако, стремления мусульманских правителей, казалось, были полностью подавлены мастерством местных джайнистских и индийских умельцев. Они проектировали и возводили мечети, которые в сущности представляли собой храмовые павильоны с фасадом, образованным стрельчатыми арками. Резко отличалась архитектура юга страны. Иммигранты-мусульмане, хорошо знавшие технологию строительства в Персии, прибывали в Индию морем и оказывали сильное влияние на строительство в этом районе. Начиная с большой, полностью покрытой мечети в Гулбарга, это направление проявилось во всей полноте при возведении знаменитого Гол-Гумбаз в Биджапуре — крупнейшего купольного сооружения своего времени.

Династии Саидов и Лоди номинально правили городами Агра и Дели на севере. В этот период прочно утверждается доминирующее влияние мусульманской техники строительства с сооружением массивных, напоминающих киль корабля, куполов, которые возводились на многочисленных гробницах, выстроенных в Дели династией Лоди. Здания, построенные в этот период, по существу превратили город в величественный некрополь.

В период правления Великих Моголов развитие индийской архитектуры было обусловлено еще одним мусульманским нашествием. Бабур, первый правитель династии Моголов, нанес поражение династии Лоди в легендарной битве при г. Панипат в 1526 году. Всего за четыре года он заложил фундамент империи, которая имела неограниченную власть над большей частью Индии на протяжении последующих 300 лет. Империя, однако, была основана не столько стараниями Бабура, сколько мудростью великого афганского правителя Шер-хана, который принудил сына Бабура Хумаюна отказаться от Дели, и сам правил городом в течение пятнадцати лет. Шер-хан внес огромный вклад в развитие архитектурных традиций. Квила-Кухна-Масджид в Пурана-Квила в Дели стали прототипом развития архитектурных форм Моголов, а гробница Шер-хана в Сазараме (штат Бихар) является наивысшим достижением в ряду восьмиугольных гробниц, построенных династиями Туглакидов и Лоди. Шер-хан был свергнут сыном Бабура, который вновь поддержал мусульманскую традицию в Дели и оставил Индии великий дар — своего сына Акбара.

С Акбара началась эпоха небывалого строительства. В период его правления персидские черты слились с индусскими и буддийскими традициями, в результате чего возник стиль столь же неповторимый и эклектичный, как сама личность Акбара. Архитекторам, ремесленникам и строителям со всех концов страны было разрешено воплощать свои идеи и местные архитектурные традиции под общим доброжелательным, но строгим надзором. Смешение индусского и мусульманского стилей привело к единству, которое объясняется использованием одинакового материала для строительства — красного песчаника, добывающегося на вершине греб-

ня, на котором был возведен город. Эстетика урбанистической планировки была лишена условностей, что давало поразительные результаты: планировка города носит непринужденный характер, а непохожие друг на друга здания группируются вокруг дворцов и садов неправильной формы. За время своего почти полувекового правления Акбар не только возродил архитектурные, административные и художественные традиции периода мусульманского правления в Индии, но также оставил своим преемникам Индийскую Империю, которая не достигала подобных размеров в течение почти двух тысячелетий.

Сын Акбара Джахангир не был выдающимся строителем, он предпочитал выражать свою индивидуальность в разведении многочисленных садов. Он также сменил величественный аскетизм песчаной архитектуры Акбара на изящество и блеск чистого и белого мрамора. Именно к этому материалу обратился преемник Джахангира Шах-Джахан.

Шах-Джахан стал рьяным строителем из песчаника и мрамора и довел традиции могольской архитектуры до их вершины, что проявилось в знаменитом мавзолее Тадж-Махал в Агре. Но до того, как был построен Тадж-Махал, мастера Шах-Джахана освоили применение мрамора в качестве строительного материала, возводя такие сооружения, как Диван-и-кхаси и Диван-и-ам, залы для частных и публичных аудиенций и Моти-Масджид, или Жемчужную Мечеть, в форте города Агра. Их навыки и мастерство достигли наибольшего расцвета и воплотились в здании мавзолея Тадж-Махал. Возведенный в саду, что являлось обязательным при строительстве могольских гробниц, мавзолей был размещен ближе к началу сада, чем к его центру, создавая впечатление пространственной глубины и перспективы при взгляде на фасад с прекрасно выдержанными пропорциями. Четыре минарета, окружающие центральное строение, образуют пространственную раму для арочного фасада и устремленного вверх купола.

Мавзолей Тадж-Махал, воздвигнутый по велению Шах-Джахана для его рано умершей любимой жены Мумтаз, считается вершиной архитектурных сооружений мусульманского типа. Шах-Джахан тщательно выбирал и корректиро-

вал проект мавзолея, обращаясь к лучшим в то время зодчим Востока. Основной замысел проработал Устад Мохаммед Иса Эффенди – византийский турок, ученик крупнейшего турецкого архитектора Синана, грека по происхождению. В разработке проекта участвовали мастера Индии, Средней Азии, Персии, Аравии. Шах-Джахан сам выбрал место для неслыханного мавзолея ниже Агры на правом берегу Джамуны. Стройка продолжалась с 1631 по 1647 год; на ней постоянно было занято около 20 тысяч рабочих.

С ростом могущества империи, Шах-Джахан закладывает прекрасный город Шахджаханабад в черте Дели. Сераль в Дели включает изысканные павильоны, богато украшенные и окруженные садами и каналами с водой. Для молений предназначена мечеть Джами-Масджид, отличающаяся изысканными пропорциями и расположенная напротив форта. Эта мечеть, мавзолей Тадж-Махал и дворцовые сооружения Красного Форта в Дели стали лебединой песней мусульманской архитектуры в Индии.

Империя Моголов продолжала существовать под ортодоксальным правлением сына Шах-Джахана Аурангзеба еще 60 лет. Однако в период его сурового правления не было создано значительных творений искусства или архитектуры, и с распадом империи Моголов очаги творчества вновь переместились в периферийные центры, например, в Оудх (ныне штат Уттар-Прадеш), где возник весьма вычурный стиль, более зависящий от прихотей правителя, чем от каких-либо архитектурных принципов.

Города Древнего Китая

В многочисленных и разнообразных культурных памятниках Китая древняя китайская архитектура занимает очень важное место. Выдающиеся образцы древней китайской архитектуры, такие как дворец «Гугун», храм «Неба», парк «Ихэюань» в Пекине, древний город «Лицзян» в провинции Юньнань, древние жилые помещения в южной части провинции Аньхуэй и другие уже вошли в «Каталог мирового культурного наследия».

Виды древних китайских сооружений очень многообразны: это и дворцы, и храмы, и садовые сооружения, и могилы, и жилища. По своему внешнему облику эти сооружения или торжественны и великолепны, или изящны, изысканы и динамичны. Тем не менее, они обладают характерной особенностью, которая так или иначе сближает их друг с другом, — это строительные идеи и эстетические устремления, присущие исключительно китайской нации.

В древнем Китае наиболее типичной конструкцией дома считалась каркасно-столбовая, использующая для этого древесину. На глинобитной платформе устанавливались деревянные столбы, на которых крепились продольные поперечные балки, а на них — крыша, покрываемая черепицей.

Такая каркасная система не только позволяла китайским архитекторам свободно проектировать стены дома, но способствовала предотвращению разрушения дома при землетрясениях. Например, в северной провинции Китая Шаньси находится буддийский храм высотой более 60 метров, каркас которой был деревянным. Этой пагоде уже 900 с лишним лет, но она очень хорошо сохранилась до сегодняшнего дня.

Другая особенность китайского древнего зодчества — это эффект, дающий целостную композицию, т. е. создается некий ансамбль из множества домов. В Китае не принято строить отдельно стоящие здания: будь это дворцовые сооружения или частные помещения они всегда обрастают дополнительными строениями.

Главное здание окружается дворовыми постройками, которые равномерно отделены от него и симметричны. Однако, сооружения в архитектурном ансамбле не обязательно размещены симметрично. Например, постройки в горных районах Китая или помещения садово-паркового комплекса иногда сознательно допускают нарушения симметричной формы в целях создания более богатого разнообразия строительных композиций. Погоня за подобным разнообразием форм в ходе строительства домов привела не только к созданию единого строительного стиля в китайском древнем зодчестве, но и одновременно с этим продемонстрировала его многообразие.

Древние архитектурные сооружения Китая носят и другой яркий характер: они подвергаются художественной от-

работке, придавая им специфическую декоративность. Например, крыши домов не были ровными, а всегда вогнутыми. А для того, чтобы придать зданию определенное настроение, строители обычно вырезали на балках и карнизах разнообразные картины животных и трав. Подобные узоры наносились на гравированные и деревянные столбы комнат, окон и дверей.

Кроме того, древнее китайское зодчество характеризуется применением красок. Обычно крыши дворца покрывались желтой глазурованной черепицей, карнизы красились сине-зеленой окраской, стены, столбы и дворы — красным цветом, комнаты устланы белыми и темными мраморными платформами, которые сверкали под голубым небом. Сочетание желтой, красной и зеленой окрасок с бело-черной в украшении домов не только подчеркивает величественность зданий, но и радует глаз.

По сравнению с дворцами жилые помещения в южной части Китая очень скромны. Дома покрыты темно-серыми черепичными крышами, их стены перекрыты белыми цветами, а деревянные каркасы — темно-кофейным цветом. Вокруг домов растут бамбук и бананы. Подобные помещения существуют и в настоящее время в южных провинциях страны Аньхуэй, Чжэцзян, Фуцзянь и других.

Китайские зодчие приобрели славу двумя разнообразными памятниками — Великий канал (2000 л — почти с XI в. до н. э. — по XIX в. н. э.) — сложное гидротехническое сооружение с численными приборами, интересными способами перекачивания и очищения воды и Великая Китайская стена — одно из самых грандиозных строительно-технических сооружений всех времен. Ее строили примерно десять лет, начиная с 220 года до н. э. при императоре Цинь Шихуанди.

Стена извивалась вверх и вниз по горам, шла через пустыни и болота. Она была сооружена на каменном фундаменте и возведена из земли и кирпича. С ее сторожевых башен при помощи дымовых сигналов, а ночью — с помощью сигнальных огней — можно было распространять информацию по всей стране с никогда дотоле невозможной скоростью.

Около 300 000 человек трудились в поте лица над возведением этой стены. Только сама организация и обеспечение такой массы рабочей силы были исключительным достиже-

нием. Военное значение стены, когда она бывала укомплектована войсками соответственно своей длине, становилось огромным. Прямая линия между двумя конечными точками стены составляет 2450 километров, а со всеми ответвлениями и изгибами она равна от 6000 до 6500 километров.

Стена была не только крепостным валом, но и дорогой. Ее ширина — 5,5 метра; это позволяло маршировать рядом пяти пехотинцам или скакать рядом пяти кавалеристам. Еще и сегодня ее высота в среднем составляет девять метров, а высота дозорных башен — двенадцать метров.

Четкость и упорядоченность планировки характеризуют главные центры Ханьского государства Лоян и Чанъань, выстроенные по установленным в трактатах правилам. Город, отражавший представления о правильной структуре мироздания и порядке, господствующем в Поднебесной, мыслился как завершенная в своих очертаниях крепость, обнесенная стенами и рвом с высокими деревянными дозорными башнями и расположенными строго друг против друга массивными воротами.

План богатых усадеб повторял в миниатюре очертания столицы. Замкнутые в прямоугольник стен, ориентированные фасадом на юг, они состояли из ряда построек, обращенных окнами в глубь двора, расчлененного посередине стеной и входом на две части — жилую и хозяйственную. Типы планировки усадеб сводились к двум: сань-хэюань, в котором двор обрамлялся тремя павильонами и воротами, и сы-хэюань, в котором его ограждали четыре павильона.

Не менее продуманными по своей структуре были и погребальные склепы знати. В связи с тем, что культ усопшего стал одним из важнейших священнодействий, покойника должны были окружать все прижизненные почести и оберегающие знамения.

Дворец Вэйангун в Чанъане (столице Ханьской империи) занимал по периметру 11 км и состоял из 43 зданий. Основным строительным материалом в это время по-прежнему служило дерево, но крыши уже делались из черепичных желобов, украшенных на концах рельефными изображениями зверей-охранителей. Тяжелые и массивные, они опирались на балки и колонны, капителями которых служили узорные

кронштейны — доугуны, облегчающие вес и давление кровли. Дворцы... строились из различных пород ценного дерева. Внутренние покои украшались стенными росписями и пропитывались, ароматическими благовониями, каменные полы инкрустировались драгоценными самоцветами.

Средневековые города Китая и Индии, при всем их разнообразии, имели общую черту, существенно отличавшую их от европейских средневековых городов: город существовал как центр в системе деспотического восточного государства, управляя подведомственной территорией, но не имел никакого самоуправления, никаких прав. Правило о том, что «городской воздух делает человека свободным», характерное для европейских средневековых городов, неприменимо к средневековым городам Востока. Вместе с тем социально-экономическая (торгово-ремесленная) основа этих городов в основном та же, что и в городах средневековой Европы. Не войны и нашествия являлись определяющей или единственной чертой их истории: более важными были экономические предпосылки, стимулировавшие их рост или увядание. Эти города упрямо возрождались после самых жестоких разрушений, если их экономико-географическое положение в данное время способствовало этому, или замирали и исчезали, когда экономическое развитие страны не требовало больше их развития (например, упадок исторических столиц Китая в бассейне Хуанхэ по мере перемещения торговых связей от Великого Шелкового пути к морю и широкого освоения приморских низменностей Китая)¹.

Развитие городов Востока в Новое и Новейшее время

Существенным образом изменяется градостроительство и архитектура с приходом в государства Востока европейских колонизаторов. Особенности периода заключаются в том, что европейцы (прежде всего, англичане, французы и голландцы), открыв для себя не только колоссальные ресур-

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

сы Индии, восточного Китая, Индокитая, получили возможности обеспечивать сбыт и для товаров национального производства. Поэтому первоначальный этап колонизации государств Востока, в основе которого лежали примитивные грабежи и разорение местного населения, весьма быстро сменились экономической экспансией, которая основывалась на принципе «разделяй и властвуй».

Сложившаяся традиционная экономическая система подрывалась, разорялись местная промышленность в целях обеспечения сбыта европейских товаров. Параллельно с этим стимулировалось создание плантаций, рудников для вывоза в метрополию ценного сырья. В соответствии с этой стратегией, сложившаяся сеть восточных городов не разрушалась, а попросту переориентировалась в новые центры — опорные базы колониального владычества, созданные колонизаторами.

Ввиду трансформации роли городов, первостепенное значение из них получали, прежде всего, приморские, которые могли обеспечивать активные экспортно-импортные операции по морю. Были основаны новые города в Индии, Индокитае и Китае, которые стали примерами «городов-цитаделей» колониального могущества, например, Бомбей, Калькутта, Батавия (Джакарта), Сайгон, Манила, Сингапур.

В городах, основанных колонизаторами, активно развивается торговля и морское судоходство. Строятся огромные по тем временам порты, к которым примыкают комплексы торговых рядов и складских помещений. В центре городов формируются престижные кварталы, заселенные выходцами из Европы (предприниматели, военные и администрация колоний), а также приближенными к ним представителями местного общества. В этих европеизированных кварталах сооружаются здания в греческом, готическом стилях, периода ренессанса по чертежам, присланным из метрополии. Престижные районы отличались широкими чистыми улицами, парками, площадями и фонтанами. Они формировались обычно по прямоугольному плану и примыкали к цитадели, фортификационное значение которой постепенно, с ростом владычества колонизаторов, снижается.

С другой стороны, бурное колониальное освоение государств Азии, рост приморских городов и их экономического

значения стимулируют огромный приток сельского населения. Сельская беднота селится в тесных, подчас сооружаемых из подручного материала домишках, лишенных всяческих коммунальных удобств. Появляются огромные по своим размерам и скученности населения городские трущобы, которыми обрастают новые торговые города региона. Трущобы чаще всего растягивались вдоль рек или морских побережий, хибары местных жителей липли одна к другой. В такие пригороды колонизаторы опасались заезжать даже с усиленной охраной.

В дальнейшем, согласно стратегии экономической экспансии, колонизаторы начинают строить железные дороги от портовых центров в глубь материка, открывая тем самым новые месторождения и выход на новые рынки для товаров европейского производства. Строительство железных дорог (особенно активное в Индии), «вдохнуло жизнь» в населенные пункты, удаленные от побережий — теперь и они приобрели статус торговых центров. Развитие «внутренних» городов шло примерно по тому же сценарию, что и портовых. Единственным отличием было то, что центром торговли стали примыкающие к железнодорожному узлу кварталы и районы.

После крушения колониальных режимов в XX столетии и образования независимых государств в Азии и Тихоокеанском регионе новые страны не только стали полноправными самостоятельными участниками мировой торговли и международных транспортных систем, но и проявили огромный в масштабах планеты экономический рост. Бесспорно не без участия иностранного, западного капитала.

Развитие экономики, в основном экспортноориентированной (в силу низкого платежеспособного спроса на внутреннем рынке) в целом сохранило лидерство основанных колонизаторами мегаполисов, которые в конце XX века превратились в «ворота» для инвестиций, свободные экономические зоны, финансовые центры мирового значения и, бесспорно, сохранили свое значение как мировых транспортных узлов. Эти города отличаются более высоким уровнем жизни населения. Их экономическая роль подчеркивается построенными по западным образцам бизнес-центрами, состоящим из высотных зданий, широких магистралей и роскошных набережных. Таковы, например, Сингапур, Гонконг, Бомбей, Калькут-

та, Сеул, Шанхай. Эти мегаполисы, крупнейшие по численности населения в мире, сегодня символизируют своим обликом экономический прорыв и амбиции государств региона.

Исторические районы в этих ультрасовременных городах либо вообще отсутствуют (экономический бум XX столетия и сумасшедший рост цен на недвижимость практически полностью уничтожил старинную застройку азиатских тигров), либо представлены небольшими комплексами и ансамблями культового характера (Бангкок, Янгон), фортификационными сооружениями и европейскими кварталами периода колониализма (Бомбей, Шанхай, Калькутта). За редким исключением (Сингапур, Гонконг) города — лидеры региональной экономики обросли колоссальными трущобами, в которых концентрируется основная масса их населения.

Современные трущобы Таиланда, Индии, Филиппин, Индонезии и других стран мало чем отличаются от трущоб начала прошлого века. Для города с населением в 15 миллионов человек вполне возможно существование районов, лишенных не только транспортной, но и простейшей коммунальной инфраструктуры. Действительно, города этого региона — города контрастов. Очевидно, что трущобы не представляют никакой туристической ценности, а их посещение туристами крайне не рекомендовано (хотя в отдельных городах, таких как Бангкок или Манила и по трущобам предлагаются экскурсии, но в бронированных джипах и с безостановочным движением).

Доминирующий элемент азиатских городов нового времени, бесспорно, — силуэты небоскребов, современные автомобильные развязки, монорельсовые дороги, а также адаптированные под потребности прибывающих туристов европейские кварталы периода колониализма с христианскими соборами и фортификационными сооружениями (форты, цитадели, крепостные стены). Приморские города в основном «обращены» к морю или впадающим в него рекам, в связи с чем прогулки на катерах или традиционных лодках с панорамным обзором современных кварталов — неотъемлемая часть экскурсионной программы.

Достижения новых городов, их экономический триумф также символизируют весьма дерзкие проекты, реализованные в последнее время. К таковым можно отнести, напри-

мер, строительство огромной смотровой башни в Шанхае, самых высоких зданий в мире – в Куала-Лумпуре, золотых мечетей в столице Брунея, самого современного аэропорта в Сингапуре, практически полную реконструкцию Пекина к Олимпиаде 2008 года и так далее.

В отдельных государствах Востока после приобретения независимости, правители стали брать курс на строительство новых микрорайонов и комплексов в традиционном стиле. Но по причине отсутствия средств, а также обилия социальных проблем в государствах региона эта тенденция нашла воплощение в строительстве комплексов правительственных зданий и учреждений в столицах и крупных провинциальных центрах, а также небольшого количества новых районов городов, которые должны в будущем превратиться в основное место проживания нарождающегося среднего класса. Такие проекты были реализованы в Дели, Пекине, Шанхае, Сингапуре.

В связи с тем, что ультра-современные города региона были основаны в основном в период колониального владычества и представляют весьма ограниченную историческую и культурную ценность, в целом не типичную для восточной цивилизации, туристическое значение приобретают удаленные от побережий населенные пункты, в которых прекрасно сохранились более древние памятники и сооружения. В отличие от европейских монументов древнего и средневекового периода (которыми все чаще являются города), памятники древней культуры Востока представляют собой либо комплексы зданий в историческом центре города (Потала в Лхасе, Тадж-Махал в Агре), либо вообще располагаются вне городской черты (монастыри, пагоды, заброшенные буддистские города). Сегодня, с ростом въездного туристического потока, они постепенно обрастают предприятиями туристической инфраструктуры (отелями, ресторанами, предприятиями розничной торговли).

Активный рост въездного туризма в конце XX века вызвал также и стремительное развитие индустрии пляжного отдыха. Организация пляжного курорта, в отличие от вложений в развитие познавательного городского или горнолыжного туризма, как уже было указано в прежней главе, – яв-

ляется более рентабельным и быстро окупаемым мероприятием. Тем более, что предпосылки для формирования центров пляжного туризма в Азиатском регионе отличные. Побережья Индии, Таиланда, островов Индонезии, Филиппин, Китая, Малайзии застраиваются огромными отелями, окруженными туристической инфраструктурой.

Чаще всего, азиатские пляжные курорты создаются на пустом месте, в удалении от изобилующих социальными проблемами городов. Отели строятся с огромными прилегающими территориями, органично вписываясь в окружающую природу (именно экзотика местных ландшафтов — главный туристический ресурс и конкурентное преимущество региона). Определенного городского центра, за редким исключением (Паттайя в Таиланде, Хайкоу на Хайнани), в азиатских курортных территориях нет. Туристы в основном все свободное время проводят на территории гостиниц. Такая ограниченность перемещения туристов компенсируется огромной гостиничной инфраструктурой (в том числе и совмещенной между несколькими отелями, как, например, на курортах Бали), а также великолепным сервисом. Местное население удалено от курортов, доступа к местам отдыха иностранцев практически никто не имеет.

4.7. ГОРОДА НОВОГО СВЕТА И ИХ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Колониальные захваты европейцев в Новом Свете началась сразу же после Великих географических открытий и продолжалась вплоть до конца XIX века, когда весь мир оказался поделенным между империалистическими державами и между ними началась новая ожесточенная схватка за передел мира. Португалия, Испания, Голландия, Франция, Англия последовательно вступают в борьбу за создание колониальных империй. Эта долгая, кровавая и грабительская история завершилась лишь к XX веку развалом всех колониальных империй и завоеванием независимости бывшими колониальными странами¹.

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

Анализируя процессы формирования городов в Новом Свете, можно выделить два их типа, определенные особенностями колониальной экспансии, — латиноамериканский и североамериканский типы.

Латиноамериканский тип формируется в условиях полного разрушения местных цивилизаций, ограбления и массового истребления покоренных народов, заселения завоеванных стран мигрантами из стран-метрополий, рабами-неграми, привезенными для работы на рудниках из Африки. На основе смешения этих этнических групп формируются новые этнические общности и складываются совершенно новые социально-экономические структуры и новая сеть городов.

В испанской и португальской колонизационной политике огромное значение уделялось созданию укрепленных городов — опорных центров управления покоренными территориями. Многие города основывались на руинах индейских населенных пунктов (например, Мехико — на руинах Теночтитлана, огромной столицы ацтеков), другие размещались в важнейших стратегических пунктах. В центре колониальных городов обязательно отводилось место под главную площадь (Пласа Майор), вокруг которой обязательно строился католический собор, дворец губернатора, здание Городского Совета, арсенал, казарма и таможня. Данная структура центральной части колониальных городов строго регламентировалась и была обязательной.

По географическим особенностям распределения городов в Латинской Америке можно определить основные направления европейской колонизации. В Центральной Америке первым основанным испанцами городом стал Веракрус (Мексика), от которого колонизаторы продвинулись в глубь страны, разрушили огромный Теночтитлан и на его руинах основали новый город, который должен был в дальнейшем стать столицей провинции Новая Испания (Мехико). В Мехико соорудили колоссальный по своим размерам католический собор (на главной площади города, разумеется), при постройке которого погибли десятки тысяч индейцев, огромное количество монастырей. Прямые, перпендикулярные улицы нового города разбегались от Пласа Майор в разные сторо-

ны прямо по бывшим улицам столицы ацтеков (столица индейцев имела идеальную прямоугольную планировку).

Получив столичный статус, Мехико, не являясь ни приморским городом, ни важным центром на пересечении сухопутных торговых путей, длительное время развивался как некий огромный монумент испанского владычества. Город украшался зданиями культового назначения, обрастал парками и европейскими кварталами. Создание в Мехико университета сделало его ведущим центром культурной жизни Нового Света.

Подчинение инков отрядами Писарро ознаменовалось созданием новой столицы испанских колоний в Южной Америке — Лимы (Перу), чему способствовало идеальные географические и климатические условия (защищенность города со стороны суши высокими горами, наличие удобной бухты, орошаемой долины). При этом историческая столица инков — Куско — был практически полностью разрушен и превратился в «мертвый город».

От Лимы экспансия испанцев шла на север — завоеван город Кито (Эквадор), Потоси (ставший в дальнейшем крупнейшим местом добычи серебра в мире), Ла-Пас (Боливия).

Другими направлениями испанского продвижения из Лимы были направления на юг вдоль побережья, где в 1541 году был основан Сантьяго (Чили) с аванпортом Вальпараисо. В 1536 году отряд Мендосы, высадившись в устье Ла-Платы, основал здесь Буэнос-Айрес. Не найдя здесь серебра и золота, испанцы стали подниматься вверх по системе Ла-Плата — Парана — Парагвай, где основали Асунсьон (столицу Парагвая), а затем в предгорьях Анд Кордову, Росарио.

Буэнос-Айрес был сожжен индейцами, а затем вновь основан в 1580 году из Асунсьона и до конца XVIII века вел небольшую контрабандную торговлю, прикрывая «заднюю дверь» в испанские владения¹.

Много позже в связи с соперничеством с португальцами в районе Ла-Платы последними был основан Монтевидео с удобной площадкой и хорошо защищенной гаванью, здесь

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

впоследствии возникла столица буферного (между Аргентиной и Бразилией) государства — Уругвай.

На севере континента испанцы высадились на побережье Карибского моря у Куманы и Коро, медленно продвигались вперед в поисках золота, серебра и индейцев, которых можно было заставить работать и обратить в христианство. Натолкнувшись на индейскую деревушку на сваях над водами озера Маракайбо, они назвали страну «Маленькой Венецией» или Венесуэлой, основали в 1555 году в межгорной котловине Валенсию, а в 1567 году, выше в горах — Каракас. Хотя Валенсия расположена ближе к морю, окружена сельскохозяйственными землями, где были созданы крупные плантации, из-за более сухого и благоприятного климата, испанские землевладельцы предпочитали жить в Каракасе, который позднее станет столицей Венесуэлы.

В Колумбии конкистадоры, высадившиеся в Санта-Марте (1525 г.) и Картахене (1533 г.), продвигались по долинам рек, разделявшим параллельные хребты Анд. Здесь в районе самого большого ареала индейского населения они основали Боготу (будущую столицу) на месте сожженной столицы индейского государства Баката, в 1540 г. — Медельин, а затем встретились с испанскими отрядами, продвигавшимися из Лимы.

В Бразилии первые колонии были основаны на северо-востоке (Сан-Сальвадор в 1502 г., Ресифе — 1561 г.), затем южнее был основан Сан-Паулу. Эти три пункта стали опорными в колонизации португальцами Бразилии. Рио-де-Жанейро, основанный в 1567 году, долгое время оставался крепостью и морской базой и лишь после приобретения независимости Бразилией стал ее столицей. Долгое время в Бразилии, разочаровавшей португальцев отсутствием золота и серебра, владения европейцев тянулись вдоль побережья Атлантики, тогда как огромные территории в центре страны оставались практически нетронутыми. Было также время, когда лидерство в освоении Бразилии чуть не перешло от португальцев к голландцам (которые, однако, успели основать собственный анклав в Южной Америке — Голландская Гвиана). Лишь развитие кофейных, тростниковых и каучуковых плантаций в будущем потребовало более глубокой тер-

риториальной экспансии в том числе в долине Амазонки и предгорьях Анд.

Таким образом, сравнительно за короткий период огромный континент был оцеплен городами, возникшими на океанских берегах или вблизи них (например, дуэты город + аванпорт – Лима + Кальяо, Сантьяго + Вальпараисо, Сан-Паулу + Сантус), откуда начиналась колониальная экспансия; другие же – расположились в долинах крупных рек или горных котловинах, контролируя «дороги проникновения» вглубь континента.

Вновь основанные испанцами или португальцами города изначально выполняли функции форпостов колонизации, в связи с чем кроме католических соборов и домов наместников и губернаторов, в них были сооружены фортификационные сооружения и укрепления. В связи с определенным прогрессом в том числе и в военном деле (появление огнестрельного оружия), в XVI веке уже не было необходимости обносить город крепостными стенами (их практически нигде не было, исключения – лишь портовые города, в которых строились огромные, защищавшие центр города с моря оборонительные молы), достаточно построить форты в стратегически важных местах – около дорог, долин рек, возвышениях, да грамотно использовать естественные преграды (болота, горы, непроходимые джунгли). Постройки внутри новых городов в основном сооружались наспех (кроме монументальных соборов и общественных зданий), активно использовался природный строительный материал – древесина, камни, тростник. Улицы в городской черте чаще всего прокладывались по прямолинейному плану, были широкими (в сравнении со средневековыми городами Европы), пересекали правильной геометрической формы площади¹.

Первыми каменными зданиями в латиноамериканских городах становились дома управленцев и военных. Их внешний вид скорее напоминает маленькую крепость, способную выдержать длительную осаду, нежели традиционный особняк или дворец.

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

Дальнейшее после колонизации и присоединения новых земель к метрополии развитие латиноамериканских городов напрямую зависело от состояния торговли, промышленного и сельскохозяйственного производства.

Стремительный рост наблюдался сначала лишь у приморских городов, которые стали важным звеном в цепи вывоза в направлении Европы награбленных ценностей. В них развивалась портовая инфраструктура. Обычно вокруг порта формировался центральный квартал с богатыми особняками, выстроенными в соответствии с европейской модой. Исторический центр Гаваны или Вальпараисо мало чем отличается от портовых Малаги или Валенсии в Старом Свете. Богатство портовых городов Нового Света влекло большое количество мигрантов из Европы, в том числе и купцов, промышленников, землевладельцев. Не отваживаясь селиться в глубине континента (там все еще было неспокойно), они обустроивались в портовых городах, и оттуда управляли огромными плантациями, рудниками, месторождениями, расположенными за сотни километров.

Состоятельные европейцы селились в центральных кварталах, которые украшались зданиями по европейскому образцу, в них строились католические храмы, театры, музеи, мостились камнем улицы, разбивались парки. В скором времени приморские города превращались в центр культурной, научной и политической жизни провинций, некоторые из них официально получали столичный статус после обретения колониями независимости (Рио-де-Жанейро, Каракас, Лима, Гавана).

Морские торговые центры Латинской Америки строились как бы «обращаясь лицом к морю», их наиболее удачные панорамные виды и сегодня открываются именно с глади океанов. Набережная (марина), отделенная от доков и портовых построек, была не только основной транзитной улицей, но и местом для проведения досуга богатыми горожанами.

При общем развитии приморские города Америки, в отличие от капиталистических центров Европы, оставались лишь местом проживания землевладельцев (которые были готовы покинуть плантации ради приобщения к культурной жизни большого города), да центром активной торговли с

Европой. Промышленных центров, обросших мануфактурами и фабриками, в Латинской Америке не было вплоть до получения независимости отдельными ее государствами. Колонизационная политика испанцев и португальцев была направлена на вывоз из колоний ресурсов да товаров сельскохозяйственного производства. Развитие местной промышленности (кроме добывающей) в планы европейцев не входило, что определяет специфическую роль приморских городов вплоть до XIX века. С одной стороны, это во многом ограничивает урбанизационные процессы (колонии остаются ориентированными на аграрное производство), с другой — города Латинской Америки не обрастают огромными трущобами (здесь их называют фавелами) — рабы не имели права самостоятельно выбирать место проживания и покидать сельскую местность, а свободное население в города особенно не стремилось. Поэтому самые бедные районы приморских городов Америки располагались вблизи от порта.

Условно промышленными можно назвать города Америки, вблизи которых велась добыча полезных ископаемых (серебро, золото, олово). Сюда пригоняли сотни тысяч индейцев и рабов, которые в нечеловеческих условиях денно и нощно трудились на благо владельца месторождения. При этом сами владельцы месторождений практически не появлялись в городке, что ограничивало общественную инфраструктуру парой комфортабельных отелей, католическим собором и армейскими сооружениями. В целом облик таких городов у рудников формировали бесконечные ряды бараков, в которых селились рабы, грязные узкие улицы, да пара заведений с сомнительной репутацией. Не удивительно, что вся жизнь таких городов была жестко завязана с деятельностью добывающих предприятий, а также с европейскими ценами на сырье. Поэтому история стран Латинской Америки знает примеры полного исчезновения или запустения добывающих городов после изменения конъюнктуры европейского рынка (например, Потоси, практически исчезнувший с карты материка после обеднения серебряных рудников, или Манаус, чуть не ушедший в прошлое после изобретения полимеров).

Получение колониями независимости (XIX–XX века), отмена рабства стимулировали промышленный рост. Крупнейшие города континента, в первую очередь расположенные на морских торговых путях, переживают настоящий промышленный бум. В них наспех формируются как промышленные районы (в самом начале независимости промышленность бывших колоний все еще была ориентирована на экспорт в Европу и США), так и рабочие пригороды (фавелы), в которые перебираются миллионы бывших рабов с сельскохозяйственных плантаций. В дальнейшем расцветают и города, расположенные внутри континента — на пересечении сухопутных торговых путей или вблизи мест добычи промышленного сырья, углеводородов, металлов. Однако лидером промышленного роста до настоящего времени остаются города, расположенные в узкой прибрежной полосе. В качестве исключений можно выделить развитие Сантьяго (вблизи медных рудников), Асунсьона (опять-таки металлы, плюс речной торговый путь к океану) и Боготы.

В капиталистических городах Латинской Америки очевидна дифференциация, жесткое имущественное неравенство проживающего населения. С одной стороны, в их экологически чистых, исторических районах формируется инфраструктура богатой жизни со всеми американскими или европейскими атрибутами. Эти кварталы застраиваются лучшими европейскими архитекторами. В них возводятся комплексы общественных зданий, огромные площади с фонтанами, парки, набережные, открываются магазины, рестораны, университеты и частные школы. Причем все это делается в духе аристократии Старого Света (лишь спустя век лидерство в моде займут американцы), что вполне объяснимо длительными историческими и культурными связями независимых государств Латинской Америки и бывших метрополий — Португалии и Испании.

С другой стороны, на склонах примыкающих к центру гор или окружающих промышленные предприятия равнинах наспех формируется инфраструктура рабочих кварталов. Бедные дома, сбитые из подручного материала, практически полное отсутствие коммунальных услуг, ужасающая

грязь и разгул преступности дополняют облик городов капиталистической Америки.

В XX веке практически все государства Южной Америки (кроме Кубы, Венесуэлы) попадают в сферу интересов США, теперь их экономическое и политическое развитие без учета мнения северного соседа по континенту практически не представляется возможным. Вовлечение городов региона в мировые торговые процессы под патронажем США существенно трансформирует их роль и внешний облик.

Вместе с капиталом города Бразилии, Аргентины, Колумбии, Мексики, Перу и других стран импортируют американский подход к производству, американский стиль и образ жизни, что не может не сказаться на внешнем облике латиноамериканских мегаполисов. В каждом из них начинает формироваться бизнес-центр, в котором располагаются офисы корпораций и совместных предприятий, банковские и страховые компании, торговые представительства и транспортные общества. В основном бизнес-центры в городах Латинской Америки возникают стихийно. Зачастую либо в историческом центре, либо вплотную примыкая к нему. Мегаполисы начинают безудержный рост вверх. К примеру, в Сан-Паулу в конце XX века небоскребов стало больше чем в Нью-Йорке, а развитие высотного строительства в Мехико требовало от властей страны принятия решений относительно переноса аэропорта (крыши зданий мешали пилотам и создавали десятки аварийных ситуаций во время посадки или взлета авиалайнеров).

В основном города Латинской Америки сохранили кварталы и памятники колониального периода в прекрасном состоянии. Сегодня это — самые презентабельные и аристократические кварталы городов, внутри которых концентрируется вся их культурная, светская, научная жизнь. Жизнь колониальных кварталов течет сама по себе, не имея ничего общего с жизнью остального мегаполиса — магазины открываются и закрываются намного позже, цена обеда в ресторане может превышать размер минимальной заработной платы в десять раз, а в витринах магазинов выставлены товары, недоступные большей части местного населения. Эта жизнь тщательно охраняется стражами общественного по-

рядка, и является тем, что обычно показывают туристам, проживающим в самых престижных отелях, расположенных тут же неподалеку в старинных особняках и дворцах.

Бизнес-центр латиноамериканского города может представлять из себя как совокупность 5–10 высотных зданий в стилистике функционализма и небольшую площадь между ними с подземной парковкой (как, например, в Ла-Пасе или Парамарибо), а может быть самостоятельным городом с многоуровневыми развязками, тоннелями и огромными мостами, с забитыми транспортом улицами и толпами офисных служащих. В целом в бизнес-центрах располагаются деловые гостиницы, и объекты инфраструктуры бизнес-туризма. Никакого исторического или культурного потенциала они не имеют. Туристам такие районы показывают лишь с целью демонстрации колоссальных возможностей и перспектив города или страны.

Большая часть городов Латинской Америки вообще не презентабельная и не включается в объекты туристического показа. Это фавелы, в которых может проживать до 70 % городского населения. Современные фавелы в отличие от раннекапиталистических уже имеют ряд коммунальных услуг, в них даже заезжают таксисты и другой городской транспорт, можно встретить даже освещенные улицы, площади и полицейских. Но в целом вид таких районов с малоэтажными зданиями из картона или пластика (самого дешевого строительного материала), узкими грязными улицами удручает, а их посещение ввиду разгұла преступности и отсутствия какой-либо туристической ценности крайне не рекомендовано туристам. Фавелы — не только источник повышенной опасности сегодня, но и как место формирования молодежных банд, наркопритонов представляют крайнюю опасность для городской управы в будущем. Поэтому ликвидация фавел — одна из важных компонент социальных программ президентов, губернаторов и мэров практически всех стран региона.

Фавелы сегодня отсутствуют только на Кубе (они были уничтожены в годы советской власти), да частично в Аргентине, которая, будучи ранее одной из самых экономически развитых стран региона смогла выселить население фавел в типовые многоэтажные постройки в пригородах.

Нарождающийся в странах Южной Америки средний класс размещается в новых микрорайонах, облик которых формируют типовые многоэтажки, выстроившиеся в ряд вдоль широких проспектов и набережных. Разнообразие вносит лишь цвет стен и оригинальные решения работников паркового хозяйства городов. Районы проживания среднего класса, что удивительно, никогда не строят на месте разрушенных фавел (видимо, негативный имидж места не позволяет этого). Их могут вынести далеко за город (например, Ниттерой — в Рио), связать при этом мощной транспортной развязкой, а фавелы, видимые невооруженным взглядом из аристократического центра — оставить. Это ведет к разрастанию территорий мегаполисов, что с учетом особенностей рельефа и ландшафта может существенно снизить мобильность городского населения и обострить транспортную проблему мегаполиса.

Так, Рио-де-Жанейро сегодня развивается в направлениях — юг и север — вдоль берега океана (причем к городу практически присоединился Ниттерой, находящийся на другом берегу залива и связанный с центром Рио 20 километровым мостом), а также «пальцеобразно» от центра города внутрь материка в ложбинах между горными хребтами. Транспортная инфраструктура города весьма развита в сравнении с другими городами Бразилии: кольца автострад соединяют окраины друг с другом, радиальные магистрали ведут в исторический центр и выводят на комплекс автобанов вдоль набережных и пляжей. В городе функционирует несколько веток метро, планировка которого соответствует направлениям развития города. При этом склоны холмов, окружающих кварталы Рио, застроены фавелами даже в центральных районах.

Градостроительная практика в странах Южной Америки в XX веке знавала несколько реализованных грандиозных проектов. Самый выдающийся из них — строительство новой столицы Бразилии в слабо освоенной местности на равном удалении от Амазонки и побережья Атлантики. Город, построенный совместными усилиями европейских и местных архитекторов, отличается четкой планировкой (в форме самолета), зонированием районов в соответствии с выполняе-

мыми ими функциями, огромными перспективами в официальном центре города, с комплексом административных зданий в символическом функциональном стиле. Этот грандиозный проект был реализован в кратчайшие сроки на пустом месте. Однако прошедшие с момента основания города годы внесли свои коррективы в виде вездесущих фавел, которые появились и в столице этого самого крупного государства в регионе.

Туристический бизнес в Латинской Америке стал развиваться в начале XX века, благодаря богатеющим жителям США. Поэтому и волна «туристического освоения» региона шла с севера на юг. Прогресс в транспортной сфере позволял поездки на все более длинные расстояния, благодаря чему сначала Мексика и страны Карибского бассейна, а позже Перу, Аргентина, Бразилия обрастали инфраструктурой пляжного туризма.

Пляжные курорты формировались вблизи существующих колониальных приморских городов (туристическое освоение стало своеобразной формой повторной «колонизации» Латинской Америки), ввиду того, что эти города отличались самой развитой транспортной инфраструктурой. Поэтому многие крупные мегаполисы совмещают также и функции городов-курортов (например, Рио-де-Жанейро, Сальвадор, Ресифи, Порту-Алегри, Буэнос-Айрес, Монтевидео). В их городской пейзаж прочно вошли комплексы отелей, расположенных вдоль бесконечных пляжей с развитой туристической инфраструктурой.

Позднее, с развитием транспорта, на карте Южной Америки появились и новые туристические города, прежде всего, центры пляжного туризма. Они строились либо на основе рыбацких деревень, либо вообще на пустом месте с традиционным для молодых курортов размахом — центральная набережная с муниципальным пляжем, от которой в разные стороны тянутся бесконечные комплексы отелей с прилегающими территориями. Транспортный узел (обычно аэропорт или порт для круизных лайнеров), обязательный для таких городов, в основном ориентирован на прием туристов и является частью туристической инфраструктуры. К таким городам можно отнести Канкун, Лас-Кабос, Акапулько — в

Мексике, Натал, Ангра — в Бразилии, Пиура и Тумбес — в Перу, остров Маргарита — в Венесуэле.

В несколько отличающемся направлении развивается пляжный туризм на островах Карибского моря. Малый размер островов, отсутствие на них промышленности, позволяет строить курорты в удалении от крупных центров и столиц. При этом отели максимально вписываются в окружающий ландшафт (невысокие здания, огромные зеленые территории, популярность бунгало и кабанас в пляжной полосе) и предлагают обслуживание по системе «все включено» (из-за отсутствия доступа туристов к городской инфраструктуре). Облик таких курортов — нетронутая природа, чистейшие пляжи и море, видимое отсутствие цивилизации.

Горнолыжных курортов в Латинской Америке немного, они в основном развиваются в Аргентине и Чили в традиционной для альпийских курортов Европы манере — маленькие домики отелей и частных пансионов, сохранение в первозданном виде горных пейзажей, низкий уровень развития городской инфраструктуры.

Первые европейские поселения в Северной Америке были основаны в Гренландии норманнами (X век), но они не были долговечными. Значительно более крупные очаги европейской цивилизации были созданы в Северной Америке в начале XVIII в. французами и англичанами.

Французы, высадившись в Канаде в 1604 году начали продвижение вверх по реке Святого Лаврентия, основывая военные посты и фактории (Квебек, Монреаль). Используя удобные водные пути, они быстро пробиваются к Великим озерам, Миссисипи, Огайо, Миссури, объявив обширную территорию за Аппалачами французской Луизианой.

Тем временем два очага английской колонизации на Атлантическом побережье: на юге — Виргиния и другие колонии с крупными рабовладельческими плантациями, на которые вскоре стали завозить рабов-негров, и на севере — Новая Англия, где преобладали колонисты (крестьяне, ремесленники, торговцы), постепенно сомкнулись в единую сплошную цепь колоний, поглотив основанный в 1626 году голландский Новый Амстердам на острове Манхаттан, переименованный

в 1664 году в Нью-Йорк. В 1776 году было провозглашено образование Северо-Американских Соединенных Штатов, в 1783 году Англия была вынуждена признать независимость своих североамериканских колоний. Территориальное формирование США было завершено в середине XIX века захватом у Мексики обширных территорий на юго-западе и западе (1848 г.), приобретением у Франции Луизианы (1803 г.), у Англии — Орегона (1846 г.), у России — Аляски (1867 г.).

Одновременно в Америку хлынул поток иммигрантов из Европы. Местные индейские племена были безжалостно истреблены или загнаны в резервации. На плантации юга из Африки завезены миллионы негров-рабов. После войны между Севером и Югом рабство было ликвидировано, однако жестокая эксплуатация негров продолжалась. По мере заселения страны, роста промышленности, перерастания быстро развивавшегося капитализма в его империалистическую стадию расовые, национальные и социальные противоречия в стране быстро усиливались, достигая исключительной даже для капиталистических стран остроты.

Быстрое развитие городов сопровождалось ожесточенной конкуренцией между ними и возвышением тех из них, экономико-географическое положение которых оказывалось более благоприятным по мере сооружения каналов, железных дорог, освоения месторождений полезных ископаемых и сельскохозяйственных земель. Так, Нью-Йорк выдвинулся в 1825 году и обошел в своем развитии Филадельфию, Бостон и Балтимор, благодаря сооружению Эри-канала и получением в связи с этим наилучшего доступа к внутренним районам страны.

За Аппалачами вначале важнейшее значение приобрела линия Огайо. Здесь выдвигаются в лидеры Питтсбург, основанный в середине XVIII века у слияния рек Аллегейни и Мононгахилы, образующих Огайо, и Цинциннати в среднем течении Огайо. В дальнейшем после сооружения Эри-канала и железных дорог вдоль Гудзона выдвинулась цепь приозерных городов во главе с Чикаго, от которого развернулся веер железных дорог, в местах пересечения которых с реками Среднего Запада стали расти крупнейшие города: Миннеаполис, Сент-Пол, Сент-Луис, Канзас-Сити, Омаха¹.

¹ Перцик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. М., 1999.

Первые европейские поселенцы как будто и не пытались распространить «дух пионерства» на культуру колоний, которые они основывали в Северной Америке. Столкновение с новым и неизвестным рождало защитную реакцию, побуждавшую, скорее, к консерватизму в организации поселений, создававшихся на чужой, далекой земле. Вместе с завезенными из Европы формами социальной жизни колонисты сохраняли традиционно связанные с ними типы построек. Суровость необжитых мест, равно как и пуританское мышление поселенцев Новой Англии, воплощались в разумно упорядоченные, уравновешенные схемы зданий, добротного сработанных ремесленниками.

Европейские поселения в Северной Америке архитектурно отличались друг от друга, но имели общие черты — подавляющее большинство зданий были весьма скромными по размерам и примитивными по планировке. Исключением стал Новый Орлеан, который строился по плану и по проектам профессиональных французских архитекторов и инженеров. Испанские гарнизоны оставили в наследство потомкам впечатляющие форты. Англичане, которые в конечном итоге и стали хозяевами Северной Америки, привнесли два типа примитивного поселка: маленький городок на севере и плантацию на юге. С ростом благосостояния колоний появились и более красивые и сложные здания: готические деревянные здания с остроконечными крышами и кирпичными трубами на севере и кирпичные здания на юге. Но такие сооружения появлялись лишь на восточном побережье континента, где формировались города — в глубине страны поселенцы жили в однокомнатных деревянных избах.

Пристрастие к простым, ясным системам распространялось и на планы американских городов. Почти неизменно основой городской ткани становилась прямоугольная сетка улиц, с неукоснительной равномерностью рассекающая ландшафт. К этому архетипу планировки колоний, применявшемуся древними греками уже в VII веке до н.э., обращались почти все народы и цивилизации при освоении новых земель. Вероятно, самое старое изображение прямоугольного плана американского города — план Нью-Хейвена 1641 года. Здесь вписанная в квадрат территория разделена одинако-

выми улицами на девять одинаковых кварталов. Позднее бесконечное множество подобных механически повторяющихся единиц-кварталов покрыло гигантские территории. Улицы и авеню, пересекающиеся под прямыми углами, остаются стабильными элементами городского плана, в то время как участки между ними подвергаются постоянным перестройкам.

По мере становления капитализма в Северной Америке, расслоения пуританских общин, появления крупных плантаций на юге жилище стало цениться не только как оболочка быта, обеспечивающая определенную степень комфорта, но и как вещественное свидетельство принадлежности к той или иной социальной группе. Оно стало служить не только своему прямому назначению, но и утверждению престижа владельца жилища.

Крупнейшей градостроительной акцией первых десятилетий «федерального периода» в развитии архитектуры США стало создание генерального плана новой столицы — Вашингтона. План этот разработал в 1791 году военный инженер Пьер-Шарль Л'Анфан (1754—1826). Он стремился соединить принадлежащую европейскому барокко идею города как произведения искусства с практичностью планировки американских городов, наложив пучки радиальных авеню, как бы излучаемые двумя главными центрами власти — Капитолием и Белым домом, — на равномерную прямоугольную сетку улиц. Грандиозные перспективы, напоминающие аллеи для верховой езды во французских охотничьих парках, рассекли прозаическую городскую ткань, разраставшуюся на безликой канве улиц.

В начале XIX века в США архитектура стала особой профессией. Американское общество начало предпочитать греческий стиль римскому. Однако США обладали значительной территорией, и эта мода не имела влияния во всех частях страны. Например, на юго-западе США был наиболее популярным испанский стиль. К середине века в больших городах возродилась готика (наиболее известный пример — Собор Святого Патрика в Нью-Йорке). Параллельно обрели популярность и иные архитектурные формы — например, английский коттедж и итальянская вилла.

К концу XIX века многие американские бизнесмены начали возводить огромные дома, чтобы продемонстрировать свое богатство. В моду вошла эклектика. Самые знаменитые и экстравагантные «замки» этого времени находятся в штате Род-Айленд и были построены архитектором Ричардом Моррисом. К этому времени США стали законодателем архитектурной моды в мире. Наиболее популярными материалами стали чугун, сталь и железобетон (вероятно, наиболее известный образец подобного строения — Бруклинский Мост в Нью-Йорке, построенный по проекту архитекторов Джона и Вашингтона Роблингов).

Первые небоскребы, которые долгое время являлись символами США, появились в конце XIX в. Их «крестным отцом» стал архитектор Луис Генри Салливан, который считал необходимым использовать современные материалы, чтобы подчеркивать функцию здания. Ученик Салливана, Фрэнк Ллойд Райт, ныне считается одним из величайших архитекторов XX века. В начале столетия он изобрел «стиль прерии» — малоэтажные здания с широкими крышами и фасадами на разных уровнях, которые Райт изящно вписывал в окружающий ландшафт.

В 1920-е годы в архитектуре США появился и начал доминировать «международный стиль», который привнесли в Новый Свет европейские архитекторы-иммигранты. Суть его заключалась в том, что необходимо максимально использовать новые технологии, не обращая внимания на традиции (подобные идеи активно развивали в знаменитой германской дизайнерской школе Bauhaus, где преподавали такие корифеи авангарда, как Василий Кандинский и Пауль Клее). Результатом этого стали многочисленные офисные билдинги — «здания из стекла и бетона». В 1960-е годы в США началась эпоха постмодерна, когда такие архитекторы, как Майкл Грэйвс и Фрэнк Генри, добавили к новым материалам и технологиям необычные формы зданий и новые цветовые решения.

С конца XIX века начинается процесс быстрого развития богатых пригородов в американских городах, чему способствовала автомобилизация, приобретающая именно в США огромные масштабы. Кроме того, в сознание американца старательно внедрялся стереотип индивидуального жилища как

символа американской мечты и традиций, что также стимулировало развитие субурбанизированных зон, оставляя перенаселенные центры либо на потребу стремительно растущего бизнеса, либо беднейших иммигрантов. Данная тенденция продолжается на протяжении всего XX века, и в результате формирует современный облик североамериканского города.

Сегодняшние города США и Канады отличаются наличием ярко выраженного бизнес-центра из стекла и бетона, который практически всегда является средоточием не только деловой, но и культурной, политической жизни города. Ввиду хаотического строительства небоскребов в условиях резко подскочившей стоимости недвижимости в начале XX столетия, исторические кварталы в большинстве американских городов либо исчезли вовсе (например, в Нью-Йорке), либо сократились до нескольких зданий или кварталов постройки XIX века, которые не совсем вписываются в стеклянно-бетонное окружение офисных центров (Филадельфия, Бостон). Градостроительными заповедниками можно назвать столицу США — Вашингтон, в которой запрещено строить здания выше Капитолия, а также немногие с богатыми европейскими традициями мегаполисы — Новый Орлеан, Сан-Франциско.

В попытке придать бизнес-центрам эстетическую значимость, архитекторы и градостроители прибегают к приемам, которые можно условно выделить в категорию с приставкой «псевдо-». Например, строить фасады первых этажей небоскребов в псевдо-классическом стиле, вклинивать в пространство между высотками здания в псевдо-колониальном стиле, разбивать маленькие парки, окруженные небоскребами, как частоколом, возводить памятники (в том числе и не монументальные, не выше человеческого роста). По большому счету именно такая эклектика и смешение стилей сегодня формируют облик центральных частей городов США и Канады.

Североамериканские города по своему виду крайне рациональны. Каждый квадратный метр (с учетом его рыночной стоимости) должен приносить прибыль и постоянно работать. Это объясняет обилие витрин вдоль фасадов зданий, наружной рекламы всех видов и размеров, бедное озеленение. Монументальные сооружения в городах Северной Америки (кроме функциональных небоскребов) не строились —

сказывался американский прагматизм. Их либо дарили (как например, Статую Свободы в Нью-Йорке), либо строили намного позже (во времена превращения США в государство — мировой лидер) и то с прицелом на возможное получение прибыли (например, огромная Арка в Сент-Луисе, которая параллельно с функцией основного вертикального решения центральной части города выполняет роль смотровой площадки и туристического объекта). Огромные монументы, имеющие историческое значение, можно найти лишь в Вашингтоне (например Мемориал Линкольна).

По этим причинам доминирующими элементами центральных частей городов США и Канады становились помимо высотных зданий традиционные элементы городской инфраструктуры, такие как мосты (Нью-Йорк, Сан-Франциско), тоннели, огромные спортивные и концертные арены.

Дополнительные особенности городов Северной Америки формируют так называемые национальные районы — китайский, итальянский, русский и так далее. Практически все населенные пункты (особенно на Восточном побережье США и Канады) долгое время были и остаются сейчас перевалочными пунктами для мигрантов, которые облюбовывали отдельные районы мегаполисов и компактно в них проживали, не ассимилируясь с культурой соседей. Сегодня, например, путешествуя по Нью-Йорку, можно запросто попасть в атмосферу Рима или Неаполя, Одессы или Москвы, Пекина или Гонконга, Мехико или Гвадалахары.

Однако настоящее «лицо» городов США и Канады — небоскребы и национальные кварталы, а колоссальные по своим размерам пригороды, состоящие из череды частных домов, разбитых перед ними газонов и парков. Именно в таких пригородах селится до 70 % всех жителей мегаполисов (средний класс), тогда как центр города продолжает выполнять деловую, культурную и туристическую функции. В пригороды выносятся огромные торговые центры (еще один символ США), школы и колледжи; в них строятся храмы и элементы развлекательной инфраструктуры.

В связи с тем, что жизнь в центральных частях городов весьма дорога и проблематична (чего стоит хотя бы одна транспортная проблема), отдельные центральные жилые

кварталы постепенно превращаются в неблагополучные, лишенные комфортной жилищной инфраструктуры. Возникает удивительная ситуация, когда американский город «поедает самого себя». Сносить переставшие казаться престижными районы жилищной застройки в центре города весьма дорого и зачастую бесперспективно, гораздо проще основать новый пригород, лишенный транспортных, криминальных и экологических проблем. Только так можно объяснить то, что на севере Манхатана — самого дорого острова в мире, символа американского могущества, всего в пяти-семи километрах от зданий Нью-Йоркской биржи, Бродвея, пятой Авеню и сотен модных и дорогих мест, может находиться Гарлем, негритянский район, в который даже местные таксисты не отваживаются заезжать.

Туристы, приезжающие в крупные города США и Канады, пополняют ряды проживающих в центре ввиду того, что большинство отелей располагаются в непосредственной близости от бизнес-центров. Экскурсионное обслуживание туристов в городах обычно ограничивается показом наиболее монументальных сооружений с обязательным подъемом на небоскребы и панорамой деловой части города, а также прогулками по национальным кварталам. В пригородную зону ввиду ее низкой туристической привлекательности путешественников не возят.

Курорты Северной Америки начали формироваться со второй половины XX века, когда, пережив последствия Великой депрессии и разбогатеv, американцы начали задумываться о поездках по своей собственной стране. В США формируется несколько типов курортных местностей, а также бурно развивается инфраструктура так называемого автотуризма, состоящая из сети мотелей вдоль автострад и кемпингов.

Пляжные курорты США формируются, прежде всего, в Калифорнии и во Флориде вдоль побережий Тихого и Атлантического океанов. Их внешний облик — череда огромных зданий отелей вдоль кромки воды. При этом практически у всех гостиниц — большая прилегающая территория и частные пляжи. Горнолыжные курорты США (Калифорния, Юта) развивались согласно существующим европейским канонам. Вокруг небольшого центра курортного городка, являющего-

ся средоточием всей его культурной и развлекательной жизни, возводились небольшие гостиницы типа швейцарских шале. Спортивная инфраструктура на горнолыжных курортах США и Канады независима от администрации отелей и поэтому платная.

Кроме традиционных пляжных и лыжных курортов в США стремительно развивается отдых на озерах (район Великих озер) и в многочисленных национальных парках. В последнем случае индустрия туризма и гостеприимства представлена в основном кемпингами и коттеджами, что не нарушает экологии и не портит окружающие ландшафты на охраняемых территориях.

Глава V

.....

РЕЛИГИОЗНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТРАН КАК ФАКТОР ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Слово «религия» у разных народов переводится и объясняется по-разному. Считается, что оно происходит от латинского глагола «relegere», что означает «опять связывать, снова соединять, воссоединять».

Сперва вера, затем религии возникают на определенных этапах развития человека. Появление религии, вероятно, связано с тем, что некоторые люди (шаманы, прорицатели, жрецы) в любой стране стремились постичь неведомую силу, лежащую в основе существующего мира, и установить связь с ней. Послания из неведомого, сверхъестественного мира или личные прозрения и духовный опыт этих людей составляют основу большинства вероучений. В честь этих людей и прославляемых ими богов строились святилища и храмы, их последователи составляли священные писания.

Религии мира характеризуются наличием собственного вероучения (совокупность религиозных представлений о происхождении и природе Вселенной в результате творческого акта высшего Существа или высших сил), культа (форма общественного или личного поклонения, почитания высшего Существа или высших сил, формы богослужения или религиозных практик), церкви (организованное общество людей, соединенных единством вероучения и управления), а также определенной материальной инфраструктуры, которая представлена в основном зданиями и сооружениями культового характера (храмы, мечети, синагоги)¹.

¹ Сапожникова Е.Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран. М., 2005.

Религии различаются между собой особенностями вероучений, церковной организации, внешней стороной культов, спецификой атрибутики во внешнем и внутреннем оформлении храмов и так далее. Внешние проявления культа — первое, что бросается в глаза при знакомстве с той или иной религией. Это религиозные обряды и ритуалы, сопровождающие человека на всем протяжении его жизни; формы отправления культа (литургия, месса, ритуальные шествия, танцы, песнопения); ритуальные игры и так далее.

Наиболее влиятельны в мире три так называемые мировые религии, последователи которых проживают на всех континентах планеты и в совокупности представляют более половины всех землян. К мировым религиям отнесены христианство, ислам и буддизм. Авторитет и распространенность мировых религий непосредственно определяют сегодня состояние мирового туризма, направленность международных туристических потоков, ввиду того, что отдельные государства, регионы или города мира становятся важнейшими дестинациями паломнического, религиозного туризма (по статистике не менее 5 % международных поездок можно отнести к паломническим).

В настоящее время довольно сложно выделить ареалы распространения мировых религий. Если еще в начале XX века их свободно делили на восточные и западные, то в наши дни это практически невозможно ввиду того, что последователи мировых религий, благодаря миграциям и межкультурным коммуникациям распространились практически повсеместно. Можно лишь выделить регионы, в которых та или иная мировая религия более влиятельна, то есть исторически имеет больше всего последователей среди местного населения.

Так христианство, превратившись во времена Римской Империи в западную религию, с Великими географическими открытиями (и сопровождавшей их активной миссионерской деятельностью) стала религией государств Нового Света. При этом протестантизм распространился по территории Канады и США (которые испытывали на себе культурное влияние стран Северной Европы), а католицизм — в Латинской Америке, длительное время находившейся в составе испанских и португальских метрополий. Аналогичным об-

разом христианство проникло в прибрежные государства Африки (ЮАР, Ангола, Мозамбик), Южной Азии и Азиатско-Тихоокеанского региона (Филиппины, Австралия, Новая Зеландия). На север Азии, благодаря экспансии России, активно проникало православие, ставшее основной религией огромной Российской Империи. Несмотря на доминирование православия, на территории России оставались очаги мусульманской (Кавказ, Поволжье) и буддистской (Сибирь) веры.

Ислам появился в Аравии и благодаря арабским завоеваниям распространился на огромной территории — Ближний Восток, Северная Африка, Южная Испания, Персия, Средняя Азия, Северная Индия. Расцвет и развитие Османской империи, распространили ислам по территории Южной и Восточной Европы (Балканы), создали сильнейшее мусульманское государство на территории ранее православной Византии (современная Турция). В более позднее время (XIX—XX вв.) ислам занял прочное место основной религии в государствах центральной Африки (Судан, Сомали) и Юго-Восточной Азии (Индонезия, Малайзия).

Наконец, буддизм, появившийся в Индии, исторически распространен по огромным территориям Центральной и Восточной Азии (Индия, Китай, Япония, Лаос, Таиланд, Вьетнам, Бирма).

Активизировавшиеся межкультурные обмены, стимулятором которых является в том числе и международный туризм рассеяло преследователей мировых религий по всему земному шару. Это приводит к невозможности определения отправных точек паломнических маршрутов. Так в хадж могут отправляться граждане не только исламских государств (например, ОАЭ или Марокко), но и например России, США, Великобритании (традиционно христианских стран).

Преобладание же конкретной религии, а также численность ее последователей на территории государства служит основой для прогнозирования спроса на паломнический туристический продукт, позволяет планировать величину туристического потока в направлении главных святынь доминирующей религии.

Паломничество — хождение или путешествие верующих к святым местам с определенными религиозными или куль-

товыми целями. Паломничество в той или иной форме принято практически во всех существующих религиях и языческих культах. В стародавние времена паломники в основном путешествовали самостоятельно, но в настоящее время паломники активно пользуются услугами туристических агентств. Те, в свою очередь, организуют для путешественников-паломников специальные паломнические туры.

Паломнические туры в отличие от религиозно-познавательных туров или культурно-исторических, представляют собой совершение конкретного обряда верующим человеком, а не только познавательные экскурсии. В таких турах существенно сокращен развлекательный раздел программы, хотя оздоровительный и познавательный отдых как таковой позволителен, но без особых излишеств.

Не имея официального статуса церковного таинства, хотя и поощряемое церковью, паломничество всегда почиталось, как элемент достойного духовного пути для тех, кто не принимал монашеского обета, но желал развивать в себе духовность, добиваться приближения к Богу. К основным устремлениям верующих при совершении паломничества можно отнести:

- ✦ совершение религиозного обряда или участие в таковом;
- ✦ поклонение святому месту, храму, мощам;
- ✦ духовное совершенствование;
- ✦ получение благодати, исцеления духовного и физического, совета (например, в Оптину пустынь ходили за советом к старцам);
- ✦ достижение политических и иных целей обретения прав на определенное лидерство или положение в религиозной общине или секте. Так, например, король Мали в 1324 году со своей свитой на верблюдах прошел через Сахару, вдоль побережья Средиземного моря в Мекку и после совершения обрядов вернулся к своему народу. Хадж позволил ему укрепить свое положение мусульманского лидера в регионе;
- ✦ исполнения обета или наказания для искупления грехов.

Обычно монастыри, храмы и иные культовые сооружения доступны для посещения туристами, а общины и секты,

владеющие ими, охотно пускают туристов из экономических соображений, поскольку взимают плату за такое посещение и организацию экскурсий. Но, как правило, они устанавливают определенные правила для посетителей, в частности в отношении одежды, порядка следования, проведения фотосъемки, и часто предоставляют собственного экскурсовода.

В христианстве паломничество — это посещение святых мест, чтимых христианских монастырей и храмов. Оно было издавна распространено в том числе и на Руси. В первоначальном смысле, паломничество — это посещение Святой Земли (территории современных Израиля, Египта, Иордании).

К основным центрам паломничества на Святой Земле относят Иерусалим, Назарет, Вифлеем (Израиль), Вади — Рам и гору Небо (Иордания), а также Синай (Египет).

Центр Земли Обетованной — это Святой город Иерусалим. С него обычно начинают паломничество по Святой Земле. Самое важное место для паломника — это Храм Воскресения с его великими святынями: Голгофой, камнем Помазания и Живоносным Гробом Господним. Этот храм стал главной святыней всего христианского мира.

В Иерусалиме паломники посещают места, связанные с последними днями земной жизни Иисуса Христа. Они приходят на Сион, где Господь совершил с учениками последнюю трапезу и установил таинство Евхаристии. Молятся в Гефсиманском саду — там, где Он молился до кровавого пота и где был взят стражниками. Паломники проходят по Крестному пути — той дороге, которой Господь шел к месту Своего распятия — Голгофе. Следуя апостолам, паломники поднимаются на Елеонскую гору, откуда Воскресший Христос вознесся на небо.

Большая часть жизни Иисуса Христа связана с Галилеей. Здесь, в Назарете совершилось Благовещение. Святой Деве Марии явился ангел, вестник благой новости, что от Нее родился долгожданный Мессия.

Здесь же, в Назарете, богомладенец Иисус поселился вместе со Своей Матерью и праведным Иосифом по возвращении из Египта. В Галилее Иисус провел все свое детство и юность. Именно в ней прозвучали первые проповеди Христа. В небольшой деревушке Кана Он совершает первое чудо,

превращает воду в вино. На берегу Галилейского озера Христос находит себе учеников. Путешествуя по Галилее, паломники переживают евангельские события на тех местах, где они происходили, слушают слова Христа там, где они были сказаны.

В 7 км от Иерусалима расположен Вифлеем, небольшой городок, называемый также городом царя Давида. Сюда пришла Божия Матерь вместе с праведным Иосифом для участия в проводившейся в это время переписи. Здесь, в небольшой пещере, где находились только ясли для корма животных, исполнились чаяния пророков и «Слово стало плотью» и Бог родился среди людей.

Над Вифлеемом высятся купола церквей и крыши монастырей. Среди них особое место занимает церковь Рождества Христова. Церковь Рождества Христова, одна из первых на Святой земле, была построена в 326 г. при византийской императрице Елене над пещерой, где, по преданию, родился Иисус. Разрушена она была во время восстания самаритян против Византии (529 г.). Сразу же после этого восстания император Юстиниан восстановил ее и значительно расширил. Сегодня церковь принадлежит 3 конфессиям: греческой, армянской и католической.

В пустыне, на левом берегу реки Иордан, крестил людей Иоанн Предтеча, призывая их к покаянию. Сюда же, достигнув зрелого возраста, приходит и Иисус Христос. По Новому Завету, это событие считается «духовным рождением» Христа в отличие от физического рождения в Вифлееме. В Иудейской пустыне находится множество христианских церквей и монастырей.

В Ярдените паломникам предоставляется возможность пройти обряд крещения, получив свидетельство. Здесь расположен новый центр для посетителей, оформленный в стиле древней базилики — натуральный камень, деревянные толки, огромные колонны в форме креста.

Священная гора Синай, расположенная в центре Синайского полуострова (Египет) известна тем, что именно на ее вершине Моисей получил скрижали с десятью Заповедями. Поблизости от священного места находится самый древний в мире христианский монастырь Святой Екатерины. Палом-

ники совершают путь на гору Синай ночью, чтобы встретить рассвет на его вершине.

Помимо Святой Земли христианское паломничество насчитывает сотни, если не тысячи святых мест. Многие из них являются местами видений. Наиболее известные места — Лурд (Франция) и Фатима (Португалия). Другие места приобрели популярность после различных чудес — реальных или предполагаемых.

Некоторые места не славятся сверхъестественными событиями, но являются центром духовной жизни, часто на протяжении веков. Иногда живописность мест паломничества так привлекает туристов, что религиозный характер места оттесняется на второй план (например, аббатство Мон Сен Мишель, Франция).

Наконец, не менее важными местами поклонения в христианстве считаются объекты церковного назначения, прежде всего, наиболее известные храмы, соборы, костелы, монастыри, каждый из которых связан с жизнью святого, бережно хранит его мощи либо чудодейственные иконы.

Среди пяти «столпов» *Ислама* паломничество — единственный обряд, который не является строго обязательным. Однако любой взрослый мусульманин (мужчина или женщина), не страдающий психическими и заразными болезнями, должен хотя бы раз в жизни совершить его, если у него есть средства и он может себе это позволить.

Арабское название паломничества — хадж, а тот, кто совершил паломничество, носит почетное звание «хаджи». Паломничество включает посещение святых мест в Мекке и Медине (Саудовская Аравия). Это единственные города в мире, доступ в которые разрешен верующим только одной религии. Немусульманам строго воспрещается доступ в эти города. Находится Мекка в Хиджазе (область Саудовской Аравии). В Мекке, в этом древнем центре торговли и религиозном центре аравийских племен, родился, жил и начал свою проповедь основатель исламской религии Пророк Мухаммед.

Спасаясь от преследований соотечественников, отказавшихся уверовать в единого Аллаха, Мухаммед в 622 г. н. э. совершил хиджру (переселение) в оазис Ясриб (позднее названный Мединой), откуда начал борьбу с мекканцами.

В Медине ислам приобрел характер самостоятельной религии. Здесь же были заложены основы исламского государства, первой столицей которого и стала Медина. В Медине Мухаммед похоронен в мечети Масджид ан-Наби, к которой примыкал его дом. Паломники всегда посещают могилу Пророка, хотя поклонение ей не входит в число обрядов хаджа. Мухаммед объявил Каабу — древнее языческое святилище Мекки — главной святыней ислама и заповедал всем мусульманам совершать к ней паломничество. Позднее вокруг Каабы была построена главная мечеть мусульманского мира — аль-Масджид аль-Харам (Священная или Заповедная мечеть). Кааба (в переводе с арабского — «Куб») — здание, напоминающее куб, древнейший Храм, первая мечеть на Земле.

Хотя паломничество в Мекку — единственное, которое предписывается Кораном, мусульмане совершают паломничества и в другие святыне места. В частности, в Иерусалим (эль Код — «святыня» по-арабски) — третий святой город ислама после Мекки и Медины. Главная мусульманская святыня Иерусалима — мечеть эль Акса, а поблизости — скала, откуда Магомет вознесся на небо во время своего видения «ночи судьбы».

Буддизм, самая древняя из мировых религий, возник в Индии в VI в. до н.э. Основатель буддизма имел четыре имени. Первое — Гаутама. Второе его имя — Сиддхартха. С санскрита оно переводится как «выполнивший свое назначение». Третье его имя — Шакьямуни («мудрец из племени Шакья»). И четвертое его имя — Будда («просветленный высшим знанием»). Поскольку в дальнейшем в буддизме слово «будда» стали использовать для обозначения особой группы богов и поскольку основатель буддизма стал почитаться как первый и высший бог в этой группе, постольку об этом боге можно сказать, что он будда по имени Будда.

Всего в буддизме более 200 конфессий. В частности, множество конфессий существует в Японии. Некоторые из них насчитывают всего лишь несколько десятков тысяч человек. Так, в конфессии дзи — 85 тысяч, в конфессии кагон — 70 тысяч, в конфессии хоссо — 34 тысячи, в конфессии рицу — 12 тысяч последователей. В настоящее время буддисты преобладают среди верующих в 8-ми странах мира. Буддисты

хинаяны составляют такое большинство в Кампучии, Таиланде, Мьянме, Лаосе, Шри-Ланке; буддисты махаяны во Вьетнаме; буддисты-ламаисты — в Бутане и Монголии.

Накхор (от тибетского — «обход по кругу») — паломничество буддистов по святым местам; может совершаться в любое время года, раз в год или раз в 12 лет; совершается с целью очиститься от мирской скверны, накопить «заслуги» на пути к просветлению, получить благословение святого подвижника или приобщиться к святости священного предмета или святого места.

Для тибетцев объектами паломничества являются места в Индии и Непале, связанные с именами Будды Шакьямуни: Бодхи-Гая, Лумбини, Раджагриха, Кушинагара и др., и Падмасамбхавы — это озеро Манди, или Манасаровар, долина Сват в Пакистане, склон Гималаев со следом его стопы.

Объектом особого почитания тибетцев является ступа Бодхнатх в Непале. К числу святых мест относятся некоторые горы как места обитания различных персонажей пантеона: гора Тисе, или Кайласа, — место обитания идама Чакрасамвары, а также место, где поэт и мистик Миларепа одержал победу в диспуте с бонским священником.

Со времен династии Юань объектом паломничества стала также гора Утайшань как место обитания бодхисаттвы мудрости — Манджушри. Особый вид паломничества представляет собой обход «земель обетованных» как разновидность пути к просветлению с обязательным посещением Бодхи-Гаи (центр), Шамбалы (север), Уддияны (запад), Утайшань (восток), Потала (юг). В самом Тибете основными объектами паломничества являются Лхаса и ее святыни, монастыри Ташилхунпо, Самье, Гумбум и др. В число священных объектов входят горы Ньянчхентханлха и Амьемачин — места обитания горных божеств, включенных в буддистский пантеон Падмасамбхавой.

Кроме того, каждому году из 12-летнего цикла посвящалось паломничество в определенное место: в год обезьяны — обход по долине горной вершины Цари, в год овцы — паломничество к вершине Кхаба Карпо на границе Мьянмы (Бирмы), Китая, Тибета и т. д.

Территориальное распределение основных святынь и объектов церковного назначения, как и география распространения последователей религий определяет паломнические туристические потоки, характеризует их ширину и направленность. Как видно из проведенного выше анализа, большинство объектов религиозного поклонения расположены в центрах появления древнейших, могучих цивилизаций, что в целом соответствует особенностям исторического процесса (влиятельная религия, стремительно распространявшаяся по территориям десятков государств, не могла зародиться без огромного пассионарного потенциала конкретного народа).

Рост авторитета новой религии стимулировался либо экономическим, политическим прогрессом (так Римская Империя, самое могущественное государство мира в начале новой эры, став христианской державой, распространило христианство по всей территории Европы и ряду государств Ближнего Востока); либо завоеваниями (ислам превратился в единственную религию на огромном пространстве от Атлантики до Индии благодаря завоеваниям арабов и образованию огромного Арабского халифата); либо ее уникальностью, не имеющими конкурентов в ближайшем окружении, культурными традициями (буддизм долгое время оставался единственной религией на пространстве восточнее Персии; а расцвет восточной философии и науки, основанной на буддистских представлениях о мироустройстве, «адаптировал» эту религию к требованиям общества и превратил религиозность в показатель «окультуренности» человека). В своей эволюции религии проходили этапы расцвета (когда в лоне церкви развивались искусство, науки) и упадка, фундаментализма (например, крестовые походы в средние века и разгул инквизиции в Европе) и лояльности общественному прогрессу.

Очевидно, что существуют большие возможности развивать паломнический христианский туризм, поскольку перечень христианских святынь в целом не ограничен, а их территориальное распределение не имеет ярко выраженной закономерности. Христианские святыни, ввиду того, что они могут быть связаны с жизнью святого (их более тысячи),

либо сооружением церковного назначения (храм, собор, монастырь) есть практически в каждой христианской стране мира, более того они могут находиться и на территории, к примеру, мусульманских или буддистских стран. Следовательно, планировать и прогнозировать международные и внутренние паломнические туристические потоки в христианстве весьма сложно. Это можно аргументировать даже на примере России, во многих регионах которой (от Архангельской до Воронежской области) региональными программами развития туризма предусмотрено создание условий для производства и продвижения паломнического туристического продукта.

Буддистский паломнический туризм более регламентирован, имеет в целом определенный круг основных святынь, расширение которого ввиду особенностей религии невозможно. Однако большинство религиозных объектов буддистской веры находится в труднодоступных местах (чаще всего в предгорьях Гималаев), представляют собой объекты природного происхождения, лишённые окружающей городской инфраструктуры (в том числе и транспортной). Эти особенности, а также религиозные традиции совершения паломнических обрядов (например, необходимость пройти определенный участок пути на коленях) не позволяют развивать буддистский паломнический туризм массово и всесезонно.

Наконец, самым регламентированным можно назвать паломнический туризм в Исламе, в канонических принципах которого прописана не только география, но и время совершения хаджа, а также его процедура. В связи с этим паломнические туры в мусульманстве отличаются высокой степенью организации (прежде всего, со стороны властей Саудовской Аравии, на территории которой расположены Мекка и Медина), что заключается в распределении квот между мусульманскими государствами на предельное количество паломников от каждого из них, обеспечении проживания, питания, обслуживания огромного количества паломников-мусульман, организации необходимых в хадже процедур и мероприятий.

Глава VI

ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ГОСУДАРСТВАХ МИРА

6.1. ТУРИСТИЧЕСКАЯ ИНДУСТРИЯ КАК ОТРАСЛЬ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА СТРАНЫ

Одно из первых определений туристической индустрии принадлежит Конференции ООН по торговле и развитию, согласно которому в нее включают совокупность производственных и непроизводственных видов деятельности, участвующих в создании товаров и услуг для путешественников¹.

Современное включение туризма в рыночные отношения потребовало изучения организационных, экономических, социальных аспектов хозяйственного механизма туризма, проблем государственного регулирования туристской деятельности, различных аспектов функционирования туризма на региональном уровне и уровне туристической фирмы².

Сходство позиций в отдельных трактовках понимания туристической индустрии позволяет объединить разнообразие взглядов и определений в несколько условных групп.

Отраслевого подхода к определению туризма придерживаются Н.К. Моисеева³, В.И. Никифоров⁴, предпринимающие попытки анализа конкуренции, эффективности вычле-

¹ Smith S.L. Tourism analysis. 1989.

² Карасев С.О. Организационно-экономические основы функционирования туристской фирмы в условиях рынка.: Автореф. дис. канд. экон. наук., 1999.

³ Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. М., 2000.

⁴ Никифоров В.И., Калининский В.В., Богданов Ю.В. Методологические вопросы системного анализа. Проблемы развития городского туризма// Туристские фирмы. 1999. Вып. 19.

нением «туризма как отрасли» из экономики региона. Данный подход абстрагируется от комплексного характера туристских услуг, предоставляемых предприятиями, фирмами различной отраслевой принадлежности. Поскольку отрасль как собирательное вертикальное образование объединяет предприятия, исходя из их производственно-технологической общности, то необходимо признать гостиничное хозяйство, общественное питание, транспорт самостоятельными отраслями.

Используя в качестве ведущего признака функционально-потребительское назначение видов деятельности, ряд специалистов¹ относит к туристической индустрии «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов познавательного, делового, оздоровительно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельности, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков»².

Данный подход отражает профильные и непрофильные виды деятельности по оказанию услуг туристам. Он приемлем при обосновании фискальных отношений государства и предпринимательства, поскольку учитывает основные элементы оборота и себестоимости туристического продукта³.

Точное определение туристической индустрии, конкретика в выделении организаций, входящих или не входящих в нее, на современном этапе существенно затруднены в силу многоаспектности направлений как позитивного, так и негативного воздействия туризма на все без исключения сферы жизнедеятельности как рецептивных (принимающих), так и донорских (отправляющих) сообществ. Туризм и туристическая деятельность через прямые (рост занятости населения, создание прибавочной стоимости, ввоз иностранной валюты) и косвенные (активизация потребительского рынка в

¹ Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М., 2003. Сенин В.С. Организация международного туризма. М., 1999. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2002.

² Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ. 1996.

³ Морозов В.А. Взаимодействие туризма со смежными отраслями национальной экономики. М., 2004.

туристическом центре, рост «невидимого экспорта», улучшение инвестиционного климата в рецептивном регионе, мультиплицирующий эффект) инструменты воздействует на состояние конъюнктуры большинства прочих, на первый взгляд, весьма далеких от туристического бизнеса видов коммерческой деятельности.

Так, учитывая тесные связи индустрии туризма с жизнеобеспечивающими предприятиями агропромышленного комплекса, строительством, транспортом, связью, предприятиями общественного питания и торговли и др., Министерство торговли США определило список из 24 зависящих от состояния туризма отраслей экономики страны¹. И это список – не предел, в особенности для стран, доля туристической индустрии в ВВП которых существенно больше американских показателей.

Огромный социальный и культурный эффекты развития туризма также способны оказывать косвенное влияние на экономическое положение в странах-реципиентах и донорах международного туристического рынка.

Наиболее современной в осложненной многоаспектностью схем взаимодействия отраслей в процессе предложения товаров и услуг туристам дифференциации видов деятельности, относящихся к туристической индустрии, может считаться Стандартная международная классификация видов деятельности в сфере туризма (СИКТА), разработанная Всемирной туристской организацией и принятая в 1993 году Статистической комиссией ООН. Цель ее создания и использования вполне конкретна: обеспечить методологическую основу сбора, обработки и распространения информации о туризме. При этом решаются задачи по достижению полноты охвата (репрезентативности) данных, внедрение в систему национальных счетов единых принципов классификации видов экономической деятельности в туризме, страноведческой сопоставимости информации, достоверности оценки состояния платежного баланса и вклада туризма в развитие международной торговли².

¹ Морозов В.А. Взаимодействие туризма со смежными отраслями национальной экономики. М., 2004.

² Там же.

Посредством сложной группировки СИКТА дает представление о структуре туристической индустрии, и вместе с тем указывает на тесноту связи и возможный вклад входящих отраслей в общую величину расходов туристов. Так, среди видов деятельности, специализирующихся на туризме, СИКТА выделяет услуги размещения, доля поступления от туризма в доходах которых, отмечается как значительная, а доля расходов туриста на их услуги отмечается как дифференцированная (от незначительной в отношении кемпингов и молодежных средств размещения, до существенной — в отношении отелей). Услуги ресторанов, баров и столовых обозначены в классификации как частично относящиеся к туризму виды деятельности со средней долей поступлений (расходов туристов) в общей массе туристских расходов.

Развить наиболее отвечающий современным требованиям подход к определению туристической индустрии, данный СИКТА, можно, основываясь на вышеобозначенной роли туристической индустрии — создание, продвижение, реализация услуг, направленных на удовлетворение специфических потребностей населения, достоверность которой не вызывает сомнений.

К туристским можно отнести первоочередные (в том числе и естественные) и дополнительные потребности, возникающие у людей — временных посетителей определенной местности с туристическими целями. Специфика туристских потребностей определяется особенностью самого туризма как вида человеческой активности. Согласно Хартии туризма — туризм как вид человеческой активности заключается в совершении человеком поездки за пределы места его постоянного проживания на срок более суток (или подразумевающий хотя бы один ночлег вне дома), но менее шести месяцев с любой целью кроме получения материального вознаграждения.

Следовательно, среди основных потребностей туристов можно выделить — потребность во временном проживании, питании (как естественная потребность) и транспортировке. Учитывая неограниченное число целей туристских поездок (кроме получения материальной выгоды), можно считать, что и количество возникающих дополнительных потребностей туристов также ничем не ограничено. Это могут быть

потребности, непосредственно определенные целями путешествия (экскурсии, развлечения, получение образования, оздоровление), так и особенностями мест временного пребывания (страхование, прививки, повышенная безопасность) и формальными особенностями процедуры его посещения (визовая поддержка, предварительное бронирование, правовая защита путешественника).

Туристской услугой, таким образом, выступает любое благо товарной формы (произведенное с целью дальнейшей продажи), ориентированное на удовлетворение основных или дополнительных туристских потребностей. При этом производителем и продавцом этой услуги могут быть предприятия, расположенные как в местах временного пребывания туристов (на курортах, в туристическом центре), так и в родной для туриста местности. Совокупность предприятий, предоставляющих туристские услуги, можно назвать поставщиками туристических услуг.

Круг поставщиков туристических услуг неограничен, поскольку в принципе любая услуга способна стать туристической, ориентированной на удовлетворение потребностей туристов. Для этого необходима лишь следующая корректировка производственной деятельности:

- ✓ продажа услуги в местах присутствия туристов, например, вблизи от туристических ресурсов или объектов показа, на популярных туристических маршрутах, что увеличивает доступность производимой услуги для туристов;
- ✓ превращение предприятия в автономный или включенный в популярные туристические программы объект туристического показа, туристический ресурс;
- ✓ организация возможностей включения производимых услуг в состав туристического пакета (готовность производителя к сотрудничеству с туроператорами);
- ✓ предоставление туроператорам возможности бронирования или предварительной оплаты производимой услуги;
- ✓ корректировка графика работы производителя или продавца услуги с целью его оптимального соответствия потребностям прибывающих туристов.

Туристические услуги как единичные товары не имеют никакой ценности и полезности для потребителей в силу возможного отсутствия пространственно-временного единства их покупателя и продавца. Возникает необходимость формирования согласованного по времени, месту, очередности реализации, цене и качеству комплекса туристических услуг, называемого туристическим продуктом, туристическим пакетом или туром.

Второй уровень туристической индустрии, таким образом, представлен предприятиями, занятыми формированием туристических пакетов (туроператоры), доведением готового турпродукта до непосредственного потребителя и оформлением акта купли-продажи туристического продукта (туристические агенты).

Следовательно, туристическая индустрия как часть экономической системы представлена поставщиками туристических услуг (предприятиями, организующими производство услуг на основе использования трех факторов туристического производства — капитал, туристические ресурсы и рабочая сила) и туристическими фирмами. Они организуют процессы формирования туристического пакета из единичных услуг и доведения готового турпродукта до конечного потребителя. Отдельной частью туристической инфраструктуры являются организации (государственные и частные) или их объединения, выполняющие общие регулятивные и корректирующие функцию в отношении туризма и туристического рынка (отраслевые министерства, ассоциации, саморегулируемые организации, выставки).

Согласно СИКТА в рамках туристической индустрии можно выделить предприятия, чья готовая продукция (услуги и товары) предназначена для удовлетворения потребностей туристов и предприятия, ориентированные как на туристов, так и на местное население. К первой категории предприятий относятся туристические фирмы, регулирующие структуры, экскурсионные бюро. Ко второй — гостиницы, транспортные организации, предприятия общественного питания, страховые компании, банки и т.д. Очевидно, что место туризма в доходах предприятий, входящих в туристическую индустрию, как и доля стоимости производимых ими

услуг в структуре туристских расходов напрямую зависят от степени направленности деятельности предприятий сферы услуг на удовлетворение потребностей туристов.

В рамках туристической индустрии процент организаций, ориентированных на удовлетворение потребностей как туристов, так и местного населения, постоянно растет в силу необходимости дифференциации предложения в условиях роста конкуренции на мировом туристическом рынке, а также из-за высокой динамики роста туристических обменов, определяющей перспективность сегмента потребительского рынка, представленного временными путешественниками.

Туристическая индустрия имеется практически в любой стране, участвующей в мировых туристических обменах (таковых по подсчетам ВТО более ста), либо развивающей внутренний туризм. Наряду с удовлетворением рекреационных потребностей населения и обеспечением притока в страну иностранной валюты от обслуживания иностранных посетителей, она способствует хозяйственному освоению менее развитых районов, вовлекает в хозяйственный оборот неиспользованные другими отраслями природные ресурсы, влияет на развитие инфраструктуры и способствует росту занятости местного населения¹. Среди косвенного воздействия эффективно функционирующей туристической индустрии можно выделить повышение степени вовлеченности страны в общемировые экономические процессы, инвестиционной привлекательности как самой туристической индустрии, так и национальной экономики в целом, снижение зависимости страны от колебаний мировых цен на сырьевые ресурсы и готовые товары.

С другими отраслями экономики туристическую индустрию объединяют как непосредственные (в форме поставок товаров, оказания услуг, владения акциями и т.д.), так и опосредованные бюджетами, емкостью потребительского рынка, материальным благополучием населения, состоянием социально-экономической инфраструктуры экономические связи.

¹ Морозов В.А. Взаимодействие туризма со смежными отраслями национальной экономики. М., 2004.

6.2. ТИПЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ В СТРАНАХ МИРА

Даже поверхностный анализ современных национальных туристических индустрий демонстрирует существенные различия между ними. Они проявляются в содержании производственных отношений, механизмах взаимодействия туристической индустрии с другими отраслями национальной экономики, эффективности национального туристического производства, доли в нем экспортно ориентированного сектора. Многообразие характеристик национальной туристической индустрии (структура спроса на готовый турпродукт, роль в производстве иностранного капитала и рабочей силы, степень зависимости индустрии от сезонных колебаний спроса на мировом туристическом рынке, отношение экспорта туристических услуг к общему объему туристического производства, степень дифференцированности и показатели рентабельности туристического продукта) позволяет отнести ее к одному из трех типов, принципиально отличающихся друг от друга.

Появление в мире отличных туристических индустрий объясняется, прежде всего, объективными факторами их исторического развития.

Туристические индустрии первого типа представляют собой сложные социально-экономические системы, появившиеся практически одновременно с самим туризмом (в его современном понимании). Эти туристические индустрии развивались и набирали обороты параллельно с международными туристическими обменами, определяя их инфраструктуру. Важнейшим показателем исторических этапов развития национальных туристических индустрий (НТИ) первого типа является отсутствие влияния на его темпы (как стимулирующего, так и лимитирующего) со стороны иностранных государств.

Развитие НТИ первого типа на начальном этапе шло в замкнутой системе с ограниченными естественными возможностями страны и уровнем ее экономического развития, количеством факторов туристического производства, единственным определяющим вектором которой длительное время был внутренний и иностранный туристический спрос. Замкнутость

системы, отсутствие «легких», заемных факторов туристического производства, ограниченность спроса на туристический продукт и его непосредственная зависимость от материального благополучия населения и обладания им свободным временем, с одной стороны, удлиняли эволюцию национальной туристической индустрии (в странах Европы туризм развивался на протяжении более чем столетия), с другой, обеспечивали ее такими характеристиками, как максимальная эффективность, мобильность, адекватность макроэкономическим условиям государства. Эти характерные черты НТИ первого типа в дальнейшем и легли в основу интернационализации, а позднее глобализации туристического производства.

Исторический опыт туристических индустрий второго типа отличается более затяжной фазой замкнутого развития в силу причин в основном политического и идеологического характера. Эволюция НТИ второго типа также была затяжной, шла параллельно с развитием туристических обменов и популяризацией путешествующего образа жизни, также напрямую зависела от внутреннего спроса на туристический продукт. Обладая аналогичными с НТИ первого типа характеристиками и возможностями на мировом рынке, туристические индустрии второго типа не смогли их в полной мере реализовать, пребывая изолированными от внешнего воздействия системами.

Отсутствие направлений выхода приобретенных в результате длительной эволюции возможностей туристической индустрии по мере стабилизации роста туристических обменов привело к негативным последствиям — снижению эффективности туристического производства, подмену рыночных рычагов командно-административными механизмами, снижению конкурентоспособности туристической деятельности в сравнении с находившимися в то время на фазах интернационализации туристическими индустриями первого типа.

Национальные туристические индустрии третьего типа формировались последними в практически полностью открытых внешним воздействиям экономических условиях. Процесс их эволюции необычайно скор, что достигалось благодаря перениманию достижений, заимствованию производственных факторов (прежде всего, капитала и технологий) или при непосред-

редственным участии представителей, вовлеченных в интернационализацию туристических индустрий первого типа.

Вторым фактором формирования принципиально отличных туристических индустрий можно определить условия и базовые характеристики их становления и развития. НТИ первого типа развивались в условиях растущих национальных экономик, за счет экстенсивного (в начале) и интенсивного (позднее) использования собственных факторов производства. Темпы роста этих национальных туристических индустрий напрямую зависели и были ограничены динамикой спроса коренного населения и граждан близлежащих стран, что заставляло представителей туристического бизнеса наращивать собственные конкурентные преимущества как за счет популяризации туристических ресурсов, качества турпродукта, так и за счет разработки эффективных схем формирования и продажи туристического продукта.

Рост потребностей туристической индустрии первого типа вынуждал ее активнее дифференцировать туристический продукт, ориентируясь как на внутреннего, так и иностранного потребителя, как на состоятельных клиентов, так и на растущий средний класс. Политические условия (либеральная или умеренная государственническая доктрина) способствовали этому.

Экономические условия развития национальных туристических индустрий второго типа вели к экстенсивному потреблению факторов туристического производства, делая нецелесообразным поиск иных, более конкурентных форм деятельности. Насажденное «сверху» ограничение направлений применения факторов туристического производства, зачастую полное отсутствие ответственных за их применение субъектов хозяйствования еще сильнее подрывали эффективность функционирования национальных туристических индустрий, требуя активного государственного вмешательства.

Наконец, экономические условия развития туристических индустрий третьего типа вообще не позволяли их стремительной эволюции по причине отсутствия или недолжного состояния факторов туристического производства (в первую очередь, капитала), зато предоставляли возможности для их заимствования со стороны, прежде всего, туристических

индустрий первого типа. Либеральные политические условия не только позволяли, но и стимулировали эту процедуру.

Туристическая индустрия первого типа свойственна для развитых экономических систем. В основе присущих им характеристик лежит не столько высокий уровень развития рыночных отношений, качество жизни и платежеспособность населения, сколько специфика его (населения) потребностей. Постиндустриализация, характерная для экономически развитых стран с многовековыми традициями капиталистических отношений, подразумевает наряду с ростом значимости информации как фактора производства, переходом к «экономике знаний, увеличения доли сферы услуг (третьего сектора экономической системы) и информационных технологий (четвертый и пятый сектора) в ВВП, еще и трансформацию потребностей человека, превращающегося из ведомого экономическими мотивами потребителя в центр рыночного хозяйства.

Само становление постиндустриального общества до определенного момента обуславливалось материалистическими причинами. Между тем социологи давно отметили, что «по мере повышения материального благосостояния... потребность в получении материальных благ утрачивает свою остроту, а на первый план выходят такие проблемы, как необходимость сочетать безопасность и свободу, справедливость и ответственность»¹. В современных условиях ориентиры достижения материального богатства, всецело господствовавшие прежде в странах Запада, перестают быть главными².

Человек предпочитает стремиться, главным образом, к тому, чтобы стать чем-то большим по сравнению с тем, что он представляет собою в настоящий момент; ориентиры самосовершенствования, определенные А. Маслоу в качестве высшего типа ценностей, выдвигаются на первый план. Эти процессы все чаще характеризуются западными социологами как становление системы постматериалистических мотивов деятельности³.

Постматериалистическая мотивация формируется медленно и не является линейной функцией благосостояния.

¹ Hicks J. *Wealth and Welfare*. Oxford, 1981.

² Иноземцев В.Л. Пределы «догоняющего» развития. М., 2000.

³ Там же.

Человек, освобожденный от необходимости постоянного поиска средств для удовлетворения материальных потребностей, получает возможности осваивать и культивировать в себе иные человеческие потребности во всем их многообразии¹.

Постматериалистические ценности отрицают принципы экономического человека. Постиндустриальный человек готов тратить получаемые доходы, упускать материальную выгоду (активно пользуясь свободным временем) ради целей самосовершенствования, самовыражения, приближения к идеалу универсального человека, который знаком и разделяет интересы, традиции и особенности жизненного устройства других народов, отрицает идеи культурных и национальных различий. Конкурентоспособность (в ее сугубо экономическом понимании) постепенно воплощается на уровне межличностных коммуникаций. Человек – воспитанник постиндустриальной среды, с рождения стремится повысить свою конкурентоспособность, значимость в обществе, что может помочь ему в дальнейшем не только самовыразиться и заслужить определенный авторитет у окружения, но и создать прочный фундамент насыщенной, интересной зрелой жизни.

Постиндустриальный человек в меньшей степени заботится о своей полезности в производственном процессе, уделяя все большее внимание другим сторонам жизни, прежде всего общению с коллегами, друзьями, мнение которых превращается в мощный мотив постоянного самообразования и самосовершенствования. Изысканный, аристократичный, эрудированный, с отменным здоровьем и внешним видом интеллектuala, вхожий в аристократические дома, с достоинством общающийся с представителями высшего общества – вот идеал жителей постиндустриальных стран.

В связи с постматериализацией ценностей в постиндустриальных обществах потребность в путешествиях стала естественной, в силу своего эффективного способствования их (ценностей) удовлетворению. Смена мест, непосредственное общение с жителями других местностей и стран, получение определенных знаний во время поездки, отдых и оздоровление на курортах, рост престижа и авторитета среди окруже-

¹ *Иноземцев В.Л.* Пределы «догоняющего» развития. М., 2000.

ния — основные следствия туристических поездок, достижение которых превратилось в постиндустриальном обществе в мотив их совершения.

Если в индустриальном обществе человек извлекал прибыль из преобразования природы, то в период постиндустриализма бизнес извлекает прибыль из преобразования самого человека. Это утверждение давно взято на вооружение и представителями туристической индустрии, весьма успешно популяризирующих с привлечением новейших достижений высоких технологий (Интернет, виртуальные поездки) путешествующий образ жизни как единственно правильный и современный.

Высокая туристическая активность потребителей, основанная на высоких доходах населения и постматериализации ценностей, одна из основных характеристик туристической индустрии первого типа. Так, ряд стран Западной Европы (Германия, Бельгия, Великобритания, Нидерланды) обладают абсолютным показателем количества туристических выездов в год, в разы превышающим их постоянное население, что свидетельствует о двукратном и более совершении туристической поездки за рубеж местными жителями.

Исторический опыт развития туристической индустрии первого типа наряду с высоким платежеспособным спросом на туристический продукт определил высокий уровень распространенности и развития туристической инфраструктуры. Старейшие предприятия туристической индустрии, обладающие колоссальным опытом приема внутренних и иностранных туристов, функционируют в условиях жесткой конкуренции. Особенности туристического спроса делают малоэффективными ценовые приемы конкурентной борьбы, требуя от предприятий туристической индустрии крупных капиталовложений в маркетинг, брендинг, требуя их объединения в альянсы, союзы, холдинги с целью обретения возможностей осуществлять масштабные мероприятия промохарактера.

В связи с этим рынок туристического продукта постиндустриальных стран олигополистичен в его туроператорском сегменте. Совершенная конкуренция возможна лишь в агентском секторе, и то она весьма условна в силу развития сетевого бизнеса и роста ценности нематериальных активов (торговых марок, брендов).

Рынок туристических услуг, напротив, в меньшей степени подвержен олигополизации. Так, гостиничный бизнес, особенно в Европе, на 80 % представлен мелкими и средними предприятиями (в Америке же более 70 % отелей входят в гостиничные цепи), ориентированными на индивидуализацию обслуживания, оказание дополнительных услуг постояльцам за счет сдерживания роста объемов производства. Довольно высокий уровень конкуренции сохраняется в секторе туристических перевозок, общественного питания, экскурсионных и развлекательных услуг, также нацеленных на рост качества производимых услуг.

Рост качества национального туристического продукта и вызываемый этим рост его цены, ведет к увеличению выездного туристического потока. При этом собственный турпродукт, высоко конкурентный на мировом туристическом рынке, все больше ориентируется на требовательного и состоятельного клиента (как внутреннего, так и иностранного), что продолжает обеспечивать рост рентабельности туристической индустрии первого типа.

Ассортимент производимого туристической индустрией первого типа продукта весьма широк, хотя довольно слабо дифференцирован, учитывая высокую долю в структуре спроса на туры «средней руки». Конкурентоспособность дестинаций (особенно выездных) основывается не на ценовом факторе, как уже было изложено выше, а на уникальных туристических ресурсах, качестве сервиса, моде и престиже их посещения.

Туристическая индустрия второго типа характерна для переходных и «догоняющих» экономик, отличающихся молодостью, динамичностью, невысоким уровнем жизни и начальными этапами формирования среднего класса. Традиционные материалистические ценности населения стран, обладающих НТИ второго типа не позволяют относить туризм к естественным потребностям. Путешествия остаются либо необходимостью (отдых, оздоровление), либо не всегда позволительной роскошью.

Из этого следуют такие черты туристического спроса, как ограниченность (в силу отсутствия средств или нежелания пользоваться свободным временем в туристических целях) и дифференцированность. Среди предприятий туристической

индустрии второго типа актуальна ценовая конкуренция и предложение узкого ассортимента доступных туров (в направлениях массовых поездок). Национальные бренды, объединения субъектов туристической индустрии только начинают формироваться.

Структура спроса на продукт туристических индустрий второго типа характеризуется высокой долей внутреннего туризма (как наиболее экономичного варианта поездки) и преобладанием массовых направлений выездного туризма, позволяющих организацию групповых поездок с невысоким ценовым уровнем (обычно в направлении курортов развивающихся стран). Национальные курорты и туристические центры находятся в стадии становления и практически не пользуются спросом на мировом туристическом рынке, исключения составляют только рецептивные местности, целиком и полностью ориентированные на прием ближайших иностранных соседей (например, курорты Хорватии, Чехии, Польши, Болгарии).

Туристическая индустрия третьего типа — самая молодая, но наиболее динамично развивающаяся. Она характерна для стран третьего мира, отличающихся своим стремительным вливанием в мировую торговлю, экспортной ориентацией национального производства, узким внутренним рынком, низким платежеспособным спросом местного населения. Национальная туристическая индустрия третьего типа также экспортоориентирована, ее деятельность направлена на удовлетворение туристических потребностей жителей развитых государств. Собственное население не имеет возможностей (прежде всего, материальных) для активного потребления национального туристического продукта, оно инертно и рассматривает туризм как непозволительную роскошь. С другой стороны, оно активно занято в обслуживании иностранных туристов в специализированных на приеме курортных и туристических центрах.

Страны с туристической индустрией третьего типа характеризуются сильной дифференциацией населения по доходам, низким уровнем развития человеческого потенциала, огромным перечнем нерешенных социальных (здравоохранение, криминал, санитарно-эпидемиологическая обстанов-

ка) и экономических (бедность населения, безработица, неразвитая инфраструктура) проблем. При этом отдельные территории государств обладают уникальными туристическими ресурсами, привлекательными для иностранных туристов.

Отсутствие в стране собственных финансовых средств на фоне проявляемого к ее туристическим ресурсам интереса со стороны иностранных туристических корпораций стимулируют приток иностранных инвестиций в национальную туристическую индустрию, благодаря которым она и развивается столь стремительными темпами. Узкий внутренний рынок ориентирует туристические предприятия на экспорт, специализируя курорты на приеме только иностранцев. Появляются так называемые «туристские резервации» — инфраструктурно высоко развитые территории с ограниченным доступом на них местного населения.

Туристическая индустрия третьего типа специализируется в большей степени на производстве пляжного и развлекательного продуктов, не требующих крупных капиталовложений, конкурентные преимущества которых напрямую определяются степенью привлекательности туристических ресурсов.

Наконец, отдельно стоит выделить государства, лишенные национальной туристической индустрии и практически не участвующие в международных туристических потоках по ряду причин.

Прежде всего, страна теряет туристическую привлекательность в случае необычайной и нетрадиционной для потенциальных путешественников (в большей степени жителей развитых демократических государств Запада) общепринятой системы норм поведения, традиций жизненного устройства. В качестве примеров можно привести страны со строгими мусульманскими ограничениями (Иран, Саудовская Аравия), авторитарными и тоталитарными режимами (Северная Корея, Ливия).

Нестабильная политическая обстановка, затяжные военные действия, частые гуманитарные или экологические катастрофы также не способствуют росту международного туризма в стране или регионе (Афганистан, Ирак, страны Центральной Африки). Причинами отсутствия туристической индустрии может также быть крайняя бедность и отсутствие

интереса со стороны иностранных инвесторов, а также изоляция государства мировым сообществом (отнесение ее к так называемой «оси зла», введение экономических санкций со стороны авторитетных международных организаций, непризнание правительств).

Треть стран мира в настоящий момент относится к так называемым «изгоям» туристического рынка. Хотя, как показывает опыт последних лет, в случае подкрепленного реальными усилиями властей желания государства развивать международный туризм (создание благоприятного инвестиционного климата, либерализация экономики и общественной жизни, упрощение туристских формальностей и т.д.) оно может стремительно войти в ряд туристических направлений и вполне успешно развивать национальную туристическую индустрию благодаря иностранным инвестициям и популяризации в мире экзотического, экстремального и экологического туризма. Так на туристической карте мира сравнительно недавно появились Тибет, Катар, Оман, Танзания, Замбия, Камерун, Лаос, Камбоджа и ряд других, ранее бывших вне мирового туризма дестинаций.

6.3. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА НАЦИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Туризм, превратившийся в последние десятилетия в одну из важнейших форм международного сотрудничества, обеспечивая отдельным государствам основной источник бюджетных доходов и рост занятости собственного населения, с одной стороны, является самостоятельной индустрией (конкурентоспособность которой меняется от страны к стране), с другой, — инструментом увеличения общей конкурентоспособности страны в глобальном, межгосударственном масштабе.

Активное участие государства в экспортно-ориентированном туристическом производстве или в импорте иностранного туристического продукта увеличивает такие показатели его конкурентоспособности, как открытость, инфраструктура, труд и так далее, положительно сказывается на инвести-

ционном климате, создает положительный имидж страны на мировом рынке.

Эффективно действующая туристическая индустрия способствует формированию и развитию, например, финансовой или страховой, транспортной или торговой сфер, высокая рентабельность которых напрямую зависит от состояния туризма в регионе. Доходы от туристической деятельности увеличивают уровень материального благосостояния населения, что совместно с ростом качества необходимой для обслуживания туристов инфраструктуры (дороги, ЖКХ, общественное питание, здравоохранение, правоохранение) повышает общий уровень жизни в стране.

Рассматривая туристическое производство как отдельный вид коммерческой деятельности, можно также определить и его конкурентоспособность на мировом и внутреннем рынках. Как и в отношении традиционных товаров, показателем конкурентоспособности туристического продукта является оптимальность сочетания его цены и качества. Однако в отличие от товаров — предметов материального мира в отношении услуг понятия и цены, и качества не во всем идентичны, по причине отличительных свойств услуги как товара.

Качество туристической услуги не поддается однозначному определению ввиду его (качества) непостоянства, сильной детерминированности субъективными характеристиками продавца и потребителя. Однозначно, что качество туристической услуги определяется ее способностью более полно удовлетворять мотивы и цели туриста, приобретая тем самым высокую потребительскую полезность и ценность.

Учитывая особенности мотивации современных туристов, можно выделить лишь некоторые характеристики качественной туристической услуги:

- дифференцированность, которая определяет степень отличительности конкретной услуги среди аналогичных по цене и качеству предложений на рынке. Дифференциация туристических услуг возможна по ряду признаков в зависимости от степени соответствия характеристик туристических ресурсов посещаемой страны, ее климатических особенностей, уровня развития

- инфраструктуры, туристического маршрута и сервиса условиям и целям поездки. Если в отношении туристов, преследующих познавательные цели, Франция представляет намного больший, чем, например Финляндия, интерес ввиду ее уникальных туристических ресурсов и соответствующей инфраструктуры, то турист, путешествующий с целью спокойного семейного и недорогого отдыха, возможно, предпочтет Суоми;
- надежность туристической услуги определяется как способность обслуживающего персонала в точности предоставить обещанную услугу¹. С обеспечения надежности и начинается разработка программы качественного туристического сервиса. Надежность в туристическом производстве подразумевает оказание полного перечня включенных в туристический продукт услуг в согласованной последовательности, времени и месте оказания. Чем надежнее туристическая услуга, тем меньше последствия ее приобретения зависят от объективных факторов (погодные условия, особенности городского движения), поскольку способна быстро, без потери общей ценности для туристов, к ним адаптироваться. Гибкость туристического продукта – неотъемлемое условие его привлекательности и конкурентоспособности, – во многом зависит от компетентности занятого в туристической индустрии персонала, сгладить отсутствие которой не позволит ни высококлассное состояние инфраструктуры, ни усилия представителей турбизнеса;
 - превентивность – решимость оказать содействие клиенту, без задержки предоставить требуемую услугу во время поездки. Субъективность оценки качества туристического продукта, неадекватное реальности ожидание клиента довольно часто приводят к возникновению внештатных ситуаций в туре. В подобных случаях от работников предприятий туристической индустрии требуется оперативный поиск неординарного и

¹ Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Минск, 2002.

эффективного решения. Туристическая индустрия должна быть готова к этому и вырабатывать собственные варианты поведения во внештатных ситуациях и способы устранения возникающих проблем. Наиболее часто у обслуживающего туристов персонала срабатывает рефлекс самозащиты или поиска других виноватых, что несовместимо с высоким качеством предоставляемых туристических услуг и является очередным поводом для возникновения конфликтной ситуации;

- доверительность — умение персонала туристической индустрии вызывать чувство уверенности у клиента еще до оказания услуги. Доверие, несмотря на свою зависимость от субъективных характеристик потребителя, в первую очередь формируется внешними признаками: здания гостиниц, точность выполнения расписания перевозчиками, внешний вид гидов, подтверждения безупречности прошлой работы (наличие грамот, сертификатов, лицензий);
- доступность и простота общения — открытость и коммуникабельность обслуживающего персонала, легкость установления контактов с ним. Согласно социологическим исследованиям, современный человек больше всего опасается оказаться в глупом положении из-за собственного незнания, неведения или непонимания происходящего вокруг события. Потребителя туристического продукта, следовательно, будет в большей степени раздражать сам факт обращения за помощью или содействием, чем безрезультатность этой просьбы. Поэтому туристические центры или курорты должны обладать инфраструктурой, позволяющей туристам самостоятельно, не прибегая к помощи третьих лиц, ориентироваться в пространстве, приобретать необходимые для полноценного отдыха или культурного досуга товары и услуги. Рецептивные местности необходимо оборудовать системой понятных указателей, информационных табло, обеспечивать регулярный выход специализированных изданий и путеводителей. Информационный вакуум, создаваемый вокруг туриста как перед, так и во время поездки значительно снижает ка-

чество туристического продукта, вызывая негативные эмоции у прибывающих путешественников.

Качество туристического продукта по мере восприятия и формирования определенного отношения к нему туриста условно делится на три уровня – базовое, требуемое и желаемое качество¹.

Базовое качество – это характеристики турпродукта, наличие которых потребитель считает обязательным, само собой разумеющимся. Надеясь обнаружить эти качества, турист не считает нужным говорить о них производителю. Пример базовых качеств туристического продукта – безопасность и экологичность питания, соответствие гостиничного предприятия санитарным и гигиеническим требованиям, включение в туристический маршрут определенных объектов показа, визовая поддержка и т.д. Обеспечение базового качества требует от работников туристической индустрии определенных расходов и затрат, вместе с тем, исключительное предоставление туриндустрией базового качества не увеличивает общую ценность турпродукта для потребителя. Отсутствие же базового качества влечет за собой крайнюю форму негативной реакции туриста.

Требуемое (ожидаемое) качество туристической услуги – совокупность ее технических и функциональных свойств, показывающий ее степень соответствия тому, что было запланировано туристом и его ожиданиям. Примерами ожидаемого качества является размещение в номере конкретной категории, длительность экскурсионных программ, дополнительные услуги в поездке и т.д.

Наконец, желаемое качество представляет для потребителя неожиданные ценности приобретенной услуги, о наличии которых он и не догадывался и реализации которой не предполагал. Примерами желаемого качества могут быть как простые подарки и сувениры со стороны туроператора или гостиничного предприятия, так и более значимые дополнительные экскурсии, анимационные программы, карты постоянного клиента и т.д. Если туристический пакет был реализован с большой долей услуг, учитывающих желаемое ка-

¹ Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Минск, 2002.

чество, то резко увеличится степень удовлетворения клиента, обеспечивая тем самым широкое поле для деятельности предприятия туристической индустрии.

Обеспечение конкурентоспособности туристического продукта через постоянное повышение его качества — задача также и государственной важности. Заинтересованная в развитии туристического производства власть любого цивилизованного государства обеспечивает контроль над выполнением минимальных требований (базового качества) всеми предприятиями туристической индустрии, используя при этом административно-правовые инструменты, в том числе лицензирование, стандартизацию, сертификацию туристической деятельности; осуществляет определенную политику в сфере классификации предприятий туристической индустрии по уровню качества предоставляемых услуг (ожидаемое качество); поощряет предприятия, разрабатывающие и применяющие на практике системы стимулирования потребителей туристических услуг; создает определяющие стандарты и нормы поведения на туристическом рынке, саморегулируемые организации.

Среди основных показателей качества национального туристического продукта можно выделить:

1. Состояние туристической инфраструктуры курортов и туристических центров, уровень их соответствия аналогичным критериям зарубежных стран.

2. Позиционирование туристического продукта страны на мировом туристическом рынке, определяющее, по мнению самих туристов, возможности дестинации в удовлетворении тех или иных туристических потребностей. Анализ позиции России на европейском туристическом рынке показывает, что наша страна наиболее эффективно удовлетворяет потребности туристов, путешествующих с познавательными и деловыми целями. Вместе с тем в отношении туристов, едущих на отдых или лечение, позиции России слабы либо вообще не определены. Это объясняется, прежде всего, асимметричным распространением информации о нашей стране за ее пределами: уникальные исторические и культурные ресурсы, широко известные за рубежом, как и растущая национальная экономика влияют на въездной туристический поток в наши дни намного сильнее, чем уровень

развития туристической инфраструктуры и качества туристического сервиса.

3. Инвестиционная привлекательность национального туристического производства — фактор его конкурентоспособности, с точки зрения потенциальных иностранных или отечественных инвесторов. Открытость, прозрачность, рентабельность, конкурентность, безопасность и перспективность туристического бизнеса способствуют расширению деловых контактов, обеспечивают рост туристического потока и качество туристического продукта (за счет установившихся в рыночных условиях стандартов и правил работы предприятий туриндустрии).

4. Наконец, важным критерием качества туристического продукта страны является доля повторных посещений в туристическом потоке. Повторное посещение — это показатель не только максимальной степени удовлетворенности потребителя предыдущей поездкой, но и наличия в посещаемой местности дополнительных туристических ресурсов, высокой дифференцированности (прежде всего, по целям туристов) туристического предложения рецептивного региона. Рост повторных посещений как стратегическая цель развития рецептивного региона в отличие от агрессивных стратегий привлечения новых уникальных посетителей, менее затратная, но при этом эффективно способствующая наращиванию въездного туристического потока.

Цена и конкурентоспособность турпродукта находятся в обратной зависимости друг от друга. Понятие цены туристического продукта более емкое, нежели товара материального мира, поскольку вбирает в себя все возможные расходы туриста (денежные и временные), связанные с совершением путешествия. При этом расходы туриста можно классифицировать на предтуровые, расходы на приобретение туристического продукта и дополнительные расходы туристов во время путешествия.

Выбирая варианты и условия совершения туристической поездки, турист затрачивает собственные деньги и время на поиск необходимой информации, идентификацию отвечающих требованиям клиента (прежде всего, доверительности и

надежности) туристических фирм, совершение акта покупки тура, прохождение визовых и иных, связанных с поездкой, формальностей.

Покупка любой услуги, в особенности туристической, вызывает у клиента страх, чувство неуверенности перед неопределенными последствиями¹. Отсюда и желание потребителя выяснить для себя все нюансы предстоящей поездки причем с минимальными расходами свободного времени и средств.

Туристический продукт, чьи уникальные характеристики широко известны, продаваемый через распространенные сети обладающих сильными брендами туристических фирм, полно представленный в общедоступных источниках информации (телевидение, пресса, издания, Интернет), оформление продажи и прохождение формальностей которого просты и кратковременны, требует меньших расходов туриста.

Расходы на приобретение самого туристического продукта подразумевают рыночную стоимость комплекса туристических услуг, разово оплачиваемую туристом. Цена турпродукта определяется постоянными и переменными издержками туроператоров и набором возможных схем их сотрудничества с поставщиками туристических услуг. Последний фактор в современном мире приобретает все большую значимость. Так, страны со сравнительно высоким уровнем жизни (а, следовательно, обладающие дорогим трудовым фактором) могут предлагать иностранным туроператорам рискованные схемы сотрудничества (чартерные перевозки, блоки мест в гостиничных предприятиях, специальные туристические тарифы), существенно удешевляющие турпакет.

Потенциал туристического рынка страны-донора, определяемый высоким уровнем доходов населения, высокой степенью автоматизации турбизнеса и развития транспортной инфраструктуры (авиа- и автопарк, состояние железных дорог), предоставляющий туристическим операторам возможность организации групповых поездок в совокупности с предлагаемыми рецептивной стороной рискованными схемами сотрудничества с поставщиками, в конечном счете способен в

¹ Беквит Г. Продавая незримое. М., 2005.

разы снизить цену туристического пакета, повысив тем самым его конкурентоспособность.

Так, политика туристических дестинаций, например, Турции или Финляндии, уровень жизни населения которых выше, чем у россиян (ВВП на душу населения соответственно 6500 долларов США и 26800 долларов США против 4200 долларов – в России¹), направленная на поощрение чартерных программ повсеместно (Турция) или в региональные курортные центры (Финляндия), разрешением рискованных схем сотрудничества с местными гостиницами или принимающими туристическими фирмами, позволяет удерживать стоимость туристического продукта на среднем уровне, конкурирующем с российскими внутренними турами.

Расходы во время тура определяются двумя факторами: возможностями включения в туристический пакет максимального количества основных и дополнительных услуг и уровнем цен на туристические услуги и товары туристского спроса в рецептивных территориях.

Среднее количество включаемых в стандартные турпакеты услуг зависит, прежде всего, от установившихся традиций работы поставщиков (meet-компаний, отелей, перевозчиков) и преобладающих целей поездок потенциальных туристов.

Так, в отношении гостиничных предприятий можно выделить два подхода, определяемые особенностями европейской и азиатской моделей гостеприимства. Европейский гостиничный бизнес, отличающийся ростом индивидуализации сервиса и курортной сегрегацией, ориентирован на максимально широкое предложение дополнительных услуг (питание, досуг, развлечение, экскурсионные программы) при отелях за дополнительную плату, зачастую даже без возможности их предварительного бронирования. По мнению европейских отельных менеджеров, такая политика способствует обеспечению индивидуального подхода к клиенту, при котором последнему не приходится оплачивать и пользоваться не понравившимися или не требуемыми услугами.

Соответственно, пребывание в отеле европейской модели гостеприимства изначально предполагает высокие расходы

¹ Хорошев О.А. Страны мира: Справочник-путеводитель. Ростов-н/Д, 2004.

туриста на дополнительные услуги (по статистике, расходы путешественников в Европе составляют от 120 до 180 % стоимости турпакета¹).

Беличина дополнительных расходов туриста во время поездки также определяется уровнем развития туристической инфраструктуры, то есть наличием доступных для путешественника предприятий, предлагающих широкий ассортимент аттрактивных туристических услуг или товаров туристического спроса. Политика туроператоров, направленная на минимизацию количества услуг в туристическом пакете с целью повышения его конкурентоспособности на рынке (что особенно актуально в отношении экономически развитых государств), также увеличивает количество расходов туристов в поездке.

С другой стороны, гостиничные предприятия азиатской модели гостеприимства в попытках увеличить собственную привлекательность и конкурентоспособность пошли по пути максимизации количества дополнительных услуг, входящих в стоимость гостиничного продукта. Знаменитая система питания «все включено», появившаяся в Карибских странах и пришедшая по нраву по большому счету пассивным американским туристам, была в середине 90-х годов прошлого века подхвачена ушлыми турецкими отельерами. Сегодня гостиничные предприятия не только Турции, но и Египта, Туниса, Кипра, юга Греции и Испании предлагают в составе гостиничного продукта огромный перечень бесплатных туристических услуг – от практически неограниченного питания и выпивки до услуг массажистов, тренеров по теннису, прачечной, предприятий развлекательной и досуговой сферы, позиционируя данный комплекс услуг как «королевский» или «высший» сервис².

Азиатский тип гостеприимства избрал такую политику с целью привлечения европейских туристов в свои, не обладающими широко известными туристическими ресурсами и развитой туристической инфраструктурой рецептивные регионы. Повышение конкурентоспособности турпродукта за счет диверсификации дополнительного сервиса свойственно

¹ Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. М., 2004.

² «Royal-class», «Fine-service», «De luxe» и другие виды обслуживания.

для стран, агрессивно развивающих национальный туристический бизнес, тем более, что низкая стоимость трудовых ресурсов это позволяет.

Невысокие расходы туристов, направляющихся в азиатские дестинации, таким образом, объясняются возможностью включения в турпакет большого количества дополнительных услуг, низким уровнем жизни (а следовательно, и стоимостью услуг и товаров) местного населения, порой примитивным состоянием окружающей туристической инфраструктуры. Последнее вынуждает туристов практически все свободное время находиться на территории гостиничного предприятия.

6.4. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ И ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА В РАЗЛИЧНЫХ ГОСУДАРСТВАХ МИРА

В качестве характеристики внешней конкурентоспособности в мировой практике применяется коэффициент выявленных сравнительных преимуществ – RCA. Он рассчитывается как отношение доли страны на мировом рынке данного товара к доле этой страны в мировом экспорте¹.

Данная методика в отношении туристического производства позволяет выделить, насколько привлекателен для иностранных потребителей туристический продукт конкретной страны в сравнении с остальными статьями ее экспорта. Применение коэффициента выявленных сравнительных преимуществ туристического производства в качестве показателя конкурентоспособности страны на мировом туристическом рынке основывается на прямой зависимости количества иностранных туристических прибытий от состояния экспорта исходного государства.

Безусловно, степень зависимости национальной экономики от тенденций мирового рынка, уровень вовлеченности стра-

¹ Ясин Е.Г., Яковлев А.А. Конкурентоспособность и модернизация российской экономики: начало проекта// Конкурентоспособность и модернизация экономики. М., 2004.

ны в мировую торговлю требуют определенных либеральных преобразований экономического, социального и политического характера, которые способны прямо или косвенно воздействовать на состояние туризма и туристической индустрии.

Так, либерализация экономики, нуждающаяся в упрощении таможенного и пограничного режимов, процедуры осуществления иностранных капиталовложений, государственного валютного контроля и регулирования, унификации стандартов обслуживания, наконец, сокращения присутствия государства на рынке, увеличивает ее туристическую привлекательность, совершенствует, подводя под общемировые требования, процесс туристического производства, наращивая конкурентоспособность производимого туристического продукта. Вливание страны в мировые торговые взаимосвязи обязательно вызовет рост делового туризма, который в случае обладания страны привлекательными туристическими ресурсами способен со временем превратиться в познавательный, оздоровительный и другие виды путешествий.

Рост экспорта страны ведет к увеличению ее доли и на туристическом рынке посредством, прежде всего, увеличения валютных сбережений ее граждан. Экспорт, являясь основным источником получения валютных доходов страны, предоставляет возможности населению покупать иностранную валюту (прежде всего, свободно конвертируемую), а в дальнейшем совершать зарубежные поездки за счет аккумулированных валютных средств.

Поверхностный анализ макроэкономических показателей различных государств и состояния рынка выездного международного туризма позволяют сделать ряд подтверждающих выводов.

Прежде всего, что наиболее высоким уровнем развития выездного международного туризма обладают страны, валюты которых конвертируемы либо во всем мире, либо в отдельном его регионе. В этом случае, могущими быть потраченными на совершение зарубежных поездок средствами населения будут не только доходы от экспортных операций, но и вообще весь получаемый населением доход в течение определенного времени (например года). Так, немец или француз, получающие заработную плату в евро (свободно конвер-

тируемой валюте), имеют возможность тратить на свои зарубежные вояжи помимо получаемой валюты от экспорта (за минусом стоимости импорта) еще и весь полученный в ходе трудовой деятельности дома доход. Потенциал развития выездного международного туризма в отношении стран, национальные валюты которых признаны свободно конвертируемыми, выраженный через основные ее макроэкономические показатели, определяется формулой (1)

$$P = E'' + G'' - I'' \quad (1)$$

где P — потенциал развития выездного международного туризма;

E'' — экспорт на душу населения в год;

G'' — ВВП на душу населения в год;

I'' — импорт на душу населения в год.

Степень конвертируемости валюты (свободная или внутрирегиональная) конкретной страны будет сказываться на направленности ее международного выездного туризма. Свободная конвертируемость национальной валюты (например, для США, стран Евро-зоны, Японии, Великобритании) не ограничивает направлений их выездного туризма, поскольку доллар США, евро, фунт стерлингов или японская иена одинаково платежеспособны в любой цивилизованной и экономически открытой стране мира.

Частичная конвертируемость национальной валюты определяет, соответственно, рост туризма внутри региона, стран, признающих ее конвертируемость. Например, конвертируемость китайского юаня практически во всех странах АТР определяет стремительный рост китайского выездного туризма в направлении стран региона. Это также касается стран Европы, не входящих в зону евро (Швеция, Дания, Норвегия, Швейцария), валюты которых свободно обмениваются в любой западно-европейской стране, либо Канады в отношении США и стран Карибского бассейна, Австралии — в отношении Индонезии, Таиланда, Сингапура. Для России данная ситуация также актуальна и стимулирует выездной туризм в направлении, например, Украины, стран Прибалтики, самопровозглашенной Абхазии, единственным

легальным платежеспособным средством в которой является российский рубль.

Неконвертируемость национальной валюты, соответственно, не позволяет использовать весь получаемый населением страны доход для совершения зарубежных туристических поездок, ограничивая материальную базу выездного туризма только получаемой валютной выручкой за счет, прежде всего, экспорта. Рост национального экспорта при стабильном или снижающемся импорте, следовательно, увеличивает количество валютных сбережений ее граждан, определяя растущий потенциал ее выездного международного туризма (формула 2).

$$P = E'' - I'' \quad (2)$$

где P – потенциал развития выездного международного туризма;

E'' – экспорт на душу населения в год;

I'' – импорт на душу населения в год.

Из формулы 2 ясно, что страна, максимально ориентированная на экспорт и в меньшей степени зависящая от импорта, предоставляет большие возможности для развития национального выездного туризма.

В Азии такими странами являются нефтедобывающие монархии (Саудовская Аравия, Кувейт, Бахрейн) и крупные экспортно-ориентированные экономики (Китай, Южная Корея), в Африке – ЮАР, Алжир и Нигерия, в Латинской Америке – Венесуэла, Бразилия, Сальвадор. Из стран Восточной Европы можно выделить только Чехию и Россию, как обладающие существенным (на 20–33 %) превышением экспорта над национальным импортом.

Однако позиция в рейтинге стран – лидеров выездного международного туризма будет дополнительно корректироваться численным значением экспорта на душу населения, который в приведенных выше государствах принципиально различается (330 \$, 230 \$ – для Бразилии и Сальвадора соответственно, 495 \$ и 2000 \$ – для России и Чехии, 380 \$ и 134 \$ – для Алжира и Нигерии, 7100 \$ и 11000 \$ – для

Бахрейна и ОАЭ, 180 \$ и 33200 \$ – для Китая и Сингапура соответственно)¹.

Страны, отличающиеся высокой импортной зависимостью, низкой долей экспорта в собственной внешнеэкономической деятельности, таким образом, будут слабо представлены на мировом туристическом рынке в качестве доноров, генераторов туристических потоков. Таких государств сегодня большинство, причем к ним относятся как беднейшие государства Азии, Африки, Латинской Америки, так и весьма сильные и стремительно развивающиеся экономики Чили, Аргентины, Мексики, Венгрии, Польши, Болгарии, Индии, Турции, Таиланда, Малайзии и других.

Рост экспорта отдельно взятого государства, характеризующий его как обладающего определенными преимуществами в конкретном виде производства, ведет к росту иностранных капиталовложений в экспортно-ориентированные промышленные или сельскохозяйственные отрасли. В случае, если страна – реципиент иностранных инвестиций обладает качественными туристическими ресурсами, получаемая в ней прибыль иностранных инвесторов довольно часто (из-за высокой рентабельности туристического производства и низкой стоимости его факторов в развивающихся экономиках) переходит в туристический сектор. Перевод получаемой прибыли не за рубеж (на родину инвестора), а в другой развивающийся сектор экономики страны-реципиента повсеместно приветствуется властными структурами, что еще в большей степени увеличивает привлекательность нарождающейся туристической индустрии.

Исторический опыт формирования туристических или курортных центров доказывает, что в абсолютном большинстве случаев туристическая индустрия третьего типа развивалась благодаря другим, экспортно-ориентированным производствам в стране, имеющим солидную поддержку иностранных инвесторов. Эта ситуация наблюдалась в странах Ближнего Востока (турецкий туристический комплекс во многом обязан прежней привлекательности национальной

¹ По данным на 2000 г., источник: Устинов И.Н. Мировая торговля: Статистическо-аналитический справочник. М., 2001.

легкой промышленности и сельского хозяйства, индийский — экспорту сельскохозяйственной продукции, тайский или индонезийский — экспорту технологий и легкой промышленности, киприотский или практически любой вест-индийский¹ — экспорту банковских, игорных, страховых, оффшорных услуг западным корпорациям).

Развитие туристического бизнеса в экспортно-ориентированных странах или регионах — не только необходимость, вызванная, в первую очередь, требованиями предоставления высокого уровня сервиса деловым путешественникам (количество которых в регионе постоянно возрастает с ростом его значимости на карте мирового экспорта). Это еще и возможности дополнительного дохода иностранных инвесторов, который легко уводится из-под налогообложения, имеет отличные возможности репатриации или выведения практически в любую страну мира. Отдельно стоит отметить, что туризм — один из наиболее часто используемых инструментов для отмывания не совсем легально получаемых доходов в стране — реципиенте иностранных инвестиций. По этим причинам, даже в странах, изначально экспортировавших финансовые и налоговые услуги (причем не всегда законные) иностранным корпорациям в конечном счете создавалась мощная туристическая индустрия с целью отмыть не столько получаемые доходы, сколько имидж самой страны-реципиента².

Таким образом, вышеприведенные факты подтверждают непосредственную зависимость туристической индустрии страны от степени ее вовлеченности в мировую торговлю. Показатель RCA, таким образом, характеризует степень привлекательности туристического продукта страны в сравнении с остальными статьями экспорта, позволяет определить перспективность и условия ее национального туристического производства (табл. 3)

¹ Имеются в виду «налоговые гавани» Карибского бассейна — Багамские, Бермудские острова, Антильские острова, Белиз, Панама.

² Например, Багамские или Бермудские острова — в Вест-Индии, Андорра, Лихтенштейн, остров Мэн — в Европе.

Таблица 3

Показатели конкурентоспособности туристического производства
крупнейших стран мира (по состоянию на 2000 год)¹

	Страна	Экспорт в 2000 году, млрд долларов США ²	Прибытия иностранцев туристов в 2000 году, млн человек ³	Показатель конкурентоспособности туристического производства
1	2	3	4	5
1	Багамские острова	0,71	3,7	57,73
2	Антигуа и Барбуда	0,155	0,59	42,17
3	Мальдивы	0,126	0,465	40,88
4	Доминикана	0,882	2,977	37,39
5	Андорра	1,89	6	35,17
6	Сан-Марино	1,21	3,3	30,21
7	Кипр	1,21	2,7	24,72
8	Барбадос	0,65	1	17,04
9	Панама	0,87	0,99	12,60
10	Мальта	1,15	1,2	11,56
11	Ливан	0,824	0,751	10,09
12	Греция	16	12,5	8,65
13	Венгрия	20,33	15,571	8,48
14	Куба	2,39	1,7	7,88
15	Польша	28,388	18,5	7,22
16	Тунис	8	5,057	7,00
17	Непал	0,744	0,457	6,80
18	Иордания	2,13	1,256	6,53
19	Уругвай	3,65	1,968	5,97
20	Кения	2,44	1,226	5,56
21	Чехия	25,12	12	5,29
22	Замбия	1,16	0,547	5,22
23	Хорватия	7,91	3,5	4,90
24	Маврикий	1,6	0,636	4,40
25	Монако	1,81	0,7	4,28
26	Португалия	33	12	4,02
27	Болгария	5,52	2	4,01
28	Марокко	12	4,1	3,78
29	Испания	168	53,6	3,53
30	Египет	17	5,15	3,35
31	Зимбабве	2,97	0,84	3,13
32	Коста-Рика	3,98	1,1	3,06
33	Сент-Китс и Невис	0,4	0,11	3,04
34	Россия	96,432	22,783	2,61
35	Камерун	2,089	0,48	2,54
36	Франция	377	74,5	2,18

¹ Страны в таблице 3 расположены в порядке убывания показателя конкурентоспособности их туристического производства.

² По материалам Всемирной Торговой Организации (www.wto.org).

³ Millennium Tourism Boom in 2000. Отчет Всемирной Туристской Организации. Мадрид, 2001.

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
37	Турция	50	9,623	2,13
38	Австрия	95	17,818	2,07
39	Южная Африка	36	6,108	1,87
40	Италия	295	41,182	1,54
41	Ямайка	1,67	0,2	1,32
42	Таиланд	81	9,574	1,30
43	Китай	279	31,236	1,24
44	Мексика	180	20	1,23
45	Аргентина	31	2,998	1,07
46	Израиль	24,85	2,4	1,07
47	Швейцария	121	11,4	1,04
48	Малайзия	112	10	0,98
49	Бразилия	64	5,19	0,89
50	Чили	22	1,719	0,86
51	Шри-Ланка	5,15	0,4	0,86
52	Индонезия	67	5,012	0,82
53	Ирландия	90	6,72	0,82
54	Бельгия-Люксембург	204	15	0,81
55	Тринидад и Тобаго	3,06	0,22	0,79
56	Австралия	69,47	4,882	0,77
57	Великобритания	383	24,9	0,72
58	Канада	318	20,423	0,71
59	Вьетнам	12,94	0,8	0,68
60	Иран	28,52	1,7	0,66
61	Новая Зеландия	18	0,98	0,60
62	Гонконг	245	13,059	0,59
63	Алжир	16,64	0,859	0,57
64	США	1050	52,69	0,55
65	Бангладеш	4,21	0,2	0,52
66	Исландия	1,92	0,09	0,51
67	Пакистан	10,2	0,44	0,47
68	Индия	61	2,624	0,47
69	Сингапур	166	7	0,46
70	Нидерланды	258	10,2	0,43
71	Финляндия	52	1,9	0,40
72	Германия	630	18,916	0,33
73	ОАЭ	33,94	0,99	0,32
74	Южная Корея	205	5,336	0,28
75	Швеция	107	2,4	0,24
76	Норвегия	75	1,2	0,17
77	Япония	528	4,758	0,09
	Итого по миру	7730	698	1,00

Из представленных в таблице семидесяти семи стран только сорок семь имеют показатель конкурентоспособности национального туристического продукта, превышающий общемировой. Остальные государства (в число которых входят развитые и в экономическом, и в туристическом отношении,

например, Германия, Финляндия, Швеция, Япония, Австралия, Нидерланды) не отличаются высокой конкурентоспособностью своего туристического производства, обладая довольно незначительной долей мирового туристического рынка при высокой своей представленности на мировых рынках других товаров или услуг.

Анализ стран, имеющих показатель конкурентоспособности туристического производства выше среднемирового, позволяет выделить несколько их групп.

В первую группу можно отнести страны с крайне высоким показателем конкурентоспособности туристического продукта и его производства (показатель превышает 10). Это лидирующие 11 позиций в представленной таблице. Абсолютные показатели развития туризма в этих государствах весьма скромные. Один миллион прибытий иностранных туристов в год имеют Доминиканская Республика, Кипр, Мальта, Багамские острова и Барбадос, все же остальные страны менее посещаются иностранными туристами. Крайне высокая степень конкурентоспособности туристического производства этих государств объясняется отсутствием иных развитых экспортно-ориентированных отраслей (слабая местная промышленность, сельское хозяйство, отличная от туризма сфера услуг), а также географической близостью к крупнейшим генераторам мировых туристических потоков (Доминикана, Багамские острова, Барбадос, Антигуа и Барбуда, Панама – к США, Канаде и Венесуэле, Андорра, Кипр, Мальта, Сан-Марино – к странам Европейского союза, прежде всего к Германии, Италии, Австрии и Франции); льготным визовым и таможенным режимом (отсутствие визирования даже в отношении граждан нашей страны практически у всех стран Восточной Индии, льготное визирование на Мальте и Кипре, вхождение Андорры в Шенгенскую зону); слабым государственным финансовым контролем и регулированием. Стоит отметить, что все страны первой группы (за исключением Сан-Марино и Андорры) – типичные направления пляжного туризма – самого недорогого с точки зрения стоимости обслуживающей инфраструктуры и быстро окупаемого.

Вторая категория стран имеет высокий показатель конкурентоспособности своего туристического производства (от

3 до 10). Это довольно многочисленная группа, состоящая из 22 государств различных регионов мира.

Среди стран второй группы можно выделить Грецию, Венгрию и Польшу, обладающие, по мнению экспертов ВТО, самым высоким потенциалом роста на туристическом рынке Старого Света. Несмотря на довольно блеклые в сравнении с грандами европейского туризма абсолютными показателями (от 10 до 20 млн иностранных прибытий в год), доля иностранного туризма в доходах этих стран огромна. Рост популярности этих направлений въездного международного туризма будет стимулироваться географической близостью к странам-генераторам турпотоков (Польша имеет общую сухопутную границу с самой путешествующей страной мира – Германией, Венгрия – с Австрией), дальнейшим сращиванием экономик стран с общеевропейской (пока из них только Греция – полноправный член зоны единой валюты и Шенгенского соглашения), обязательно сопровождающимся ростом иностранных капиталовложений и дальнейшей либерализацией рыночных отношений, а также сохранением довольно невысокого (по европейским меркам) уровня жизни населения рецептивных регионов.

В рамках второй группы представлены также Португалия, Хорватия, Чехия и Болгария, развитие международного туризма в которых будет также определяться степенью их интегрированности в объединенную Европу. Лидер в абсолютных показателях въездного туризма – Испания – существенно уступает вышеназванным странам. Это вызвано, прежде всего, ростом конкурентоспособности испанской промышленности (в том числе и в сфере высоких технологий), а также стремительным сокращением в уровне жизни испанцев и других граждан Европейского союза. (разрыв в уровне жизни испанцев и, например, французов в 1996 году составлял 2,71 раза, в 2000 году – 1,81 раза¹).

В так называемом «втором эшелоне» также представлены развивающиеся государства, обладающие высокими темпами развития собственной туристической инфраструктуры

¹ По данным на 2000 г., источник: Устинов И.Н. Мировая торговля: Статистическо-аналитический справочник. М., 2001.

и высокими абсолютными показателями иностранных прибытий. Это, прежде всего, Тунис, Египет, Марокко и Куба, ставшие популярными туристическими destinations сравнительно недавно и благодаря иностранному (в первую очередь, европейскому) капиталу. Эти страны отличаются активными усилиями властей, направленными на продвижение собственного туристического продукта, эффективно осуществляемой политикой, стимулирующей иностранные инвестиции в развитие национальной туристической инфраструктуры, льготным визовым, таможенным и финансовым режимом, а также ярко выраженной сезонностью туристической активности и преобладанием в спросе пляжного туристического продукта.

Остальные представленные во второй группе страны отличаются экзотичностью, высокой стоимостью туристических услуг (по причине географической удаленности от основных генераторов турпотока и невысокой степени развития туристической инфраструктуры), преобладанием в структуре спроса индивидуальных и альтернативных туров (сафари — в Кении и Зимбабве, альпинистские — в Непале).

В третью категорию стран со средним показателем уровня конкурентоспособности попали государства — лидеры по абсолютному количеству принимаемых иностранных туристов (Франция, Италия, Швейцария, Австрия), однако получившие в силу своего высокого экономического развития, соответствующего уровня жизни, жестких визовых и таможенных ограничений и направленности на дифференцированное туристическое предложение весьма скромный балл конкурентоспособности национального туристического производства.

Отдельно в третьей группе стран можно выделить экономически развитые и имеющие также высокие показатели иностранных туристских прибытий Аргентину, Израиль, Мексику, Турцию, Таиланд и некоторые другие, в отличие от европейских высоко развитых государств, обладающие льготными визовыми и таможенными формальностями, заинтересованными в росте иностранных инвестиций в национальную туристическую индустрию, привлекающими туристов также и невысокой стоимостью своего туристического продукта (в силу низкого уровня жизни местного населения).

Российская Федерация, как видно из таблицы, открывает третью группу стран, занимая 34 место в мировом рейтинге с показателем конкурентоспособности национального туристического производства 2,61. Довольно высокий (для ряда стран Восточной Европы и постсоветского пространства) показатель определяется географической близостью нашей страны к основным странам-донорам на туристическом рынке, определенным уровнем развития туристической инфраструктуры, наличием квалифицированного персонала, и, конечно, уникальными туристическими ресурсами. С другой стороны, причины существенного отставания конкурентоспособности отечественного туристического продукта, от, например, чешского или хорватского, заключаются в практически полном отсутствии иностранных инвестиций в национальный туризм, архаичным визовым режимом нашей страны, прежде всего, в отношении европейцев, и неблагоприятном туристическом имидже России.

Анализируя конкурентоспособность других, отличных от туризма, статей российского экспорта, можно сделать следующие выводы.

Экспорт туристического продукта в современных российских условиях менее конкурентен, чем экспорт природных ресурсов. Так, показатель конкурентоспособности российского экспорта природного газа – 13,07; необработанной древесины – 11,53; слитков металлов – 6,8; никеля – 10,81; алюминия – 5,53; продуктов нефетепереработки – 3,38, что в разы превосходит конкурентоспособность российского туристического продукта на мировом рынке.

С другой стороны, анализ показателей, демонстрирует, что туристический экспорт (развитие въездного туризма) в условиях нашей страны может быть более конкурентоспособен чем экспорт меди (RCA – 2,12), неорганических химических элементов (1,8), стали и профиля (1,9), целлюлозы (1,7), а также практически всех позиций экспорта машиностроения (например, для кораблей и лодок RCA России равен 0,55!)¹.

Агрегируя показатели экспорта и туристических прибытий различных стран, можно вывести таблицу показателей

¹ International Trade Statistics Yearbook. UN. NY, 2003.

конкурентоспособности туристического производства в регионах планеты (табл. 4).

Таблица 4

**Конкурентоспособность туристического производства
в регионах мира**

Регион мира	Экспорт в 2000 году, млрд долларов США	Доля на мировом туристическом рынке в 2000 году, %	Показатель конкуренто- способности туристического производства
Европа	2214,8	52,1	1,25
Америка	845,9	27,3	1,72
АТР	1188	15,6	0,70
Остальной мир	1096	5	0,24

Из таблицы видно, что, несмотря на безусловное лидерство Европы как туристического направления, конкурентоспособность ее туристического производства несколько уступает аналогичному показателю Нового Света в силу значительной доли региона в мировом экспорте.

Приведенные в таблицах показатели конкурентоспособности туристического производства различных стран весьма условные, характеризуют отношение среднестатистического туриста к возможности совершения поездки в тот или иной регион мира, не учитывают реальных географических расстояний, различий в доходах туристов и местных жителей, иные экзогенные факторы (политический, экономический, экологический и т.д.).

С другой стороны, учет показателей конкурентоспособности туристического производства в более конкретных примерах (например, при сравнении пар стран) позволяет прогнозировать и определять соотношение величин встречных туристических потоков.

Если взять две страны, имеющие возможности к развитию взаимного туризма, с определенным в таблице 4 показателем конкурентоспособности туристического производства, учесть основные ограничивающие взаимный туристический обмен факторы (уровень ВВП на душу населения в стране-реципиенте и величину экспорта на душу населения в стране —

доноре), теоретически можно вывести соотношение величин встречных туристических потоков¹.

Например, можно прогнозировать туристические обмены между Францией и Германией, обладающие следующими показателями (табл. 5).

Таблица 5

Макроэкономические показатели Франции и Германии²

Показатель	Франция	Германия
Экспорт на душу населения, \$	4955	6232
Импорт на душу населения, \$	4600	5300
ВВП на душу населения, \$	21860	21300
Конкурентоспособность туристического производства (табл.4)	2,18	0,33
Показатель выездного туристического потока	0,4	3,14

Таким образом, основываясь только на экономических факторах развития международного туризма, можно предсказать, что туристический поток из Германии во Францию почти в 7,8 раз превысит встречный поток из Франции в Германию. То есть, в связи с Францией Германия будет оставаться страной-донором.

Пользуясь аналогичной методикой, можно определить, что в отношениях с Испанией (ВВП на душу населения – 15570 \$, экспорт на душу населения – 2655 \$, импорт на душу населения – 3122 \$, показатель конкурентоспособности туристического производства – 3,53) уже Франция будет страной-донором (туристический поток из Франции в Испанию в 1,85 раза больше встречного).

Также донором Франция будет и в отношении Италии (турпоток из Франции будет в 1,3 раза больше встречного). Реципиентом Франция останется в отношении, например, США (соотношение въездного и выездного турпотоков – 13,2) и России (соотношение – 4,37).

¹ Опять же, не учитывая многочисленные факторы внешней среды туризма неэкономического характера.

² По данным на 2000 г., источник: Устинов И.Н. Мировая торговля: Статистическо-аналитический справочник. М., 2001.

Россия будет оставаться страной-донором в отношении Италии (соотношение турпотоков — 12!), Франции (4,7), Турции (8), но будет в огромном количестве принимать китайских туристов (соотношение выездного турпотока из Китая в Россию и встречного — 22,1).

Международные туристские прибытия по субрегиону

Наименование	Международные тур. прибытия (миллионы)					Рыночная доля (%)		Рост (%)			Средн. головой рост (%)
	1990	1995	2000	2001	2002*	1995	2002*	2000/1999	2001/2000	2002*/2001	1990/2000
В мире	456,8	551,7	696,1	692,9	714,6	100	100	6,8	-0,5	3,1	4,3
Европа	282,2	324,2	402,8	401,4	411,0	58,8	57,5	5,8	-0,3	2,4	3,6
Северная Европа	29,1	37,6	44,1	41,5	42,5	6,8	5,9	1,2	-5,9	2,3	4,3
Западная Европа	113,8	116,7	141,2	138,9	141,4	21,2	19,8	4,0	-1,6	1,8	2,2
Центральная/Восточная Европа	43,8	67,1	76,8	78,0	81,1	12,2	11,3	4,1	1,6	3,9	5,8
Южная Средиземноморская Европа	95,5	102,7	140,7	143,0	146,1	18,6	20,4	10,4	1,6	2,2	4,0
Азия и Тихоокеанский регион	57,7	85,6	115,3	121,0	130,6	15,5	18,3	12,3	5,0	7,9	7,2
Северо-Восточная Азия	28,0	44,1	62,5	65,6	73,4	8,0	10,3	13,2	5,0	11,9	8,4
Юго-Восточная Азия	21,5	29,2	37,0	40,1	41,7	5,3	5,8	13,0	8,3	3,9	5,6
Океания	5,2	8,1	9,6	9,4	9,6	1,5	1,3	8,7	-2,1	1,1	6,5
Южная Азия	3,2	4,2	6,1	5,8	5,9	0,8	0,8	5,4	-4,5	2,0	6,8
Американский регион	92,9	108,9	128,3	121,0	120,2	19,7	16,8	5,0	-5,7	-0,6	3,3
Северная Америка	71,7	80,5	91,2	85,0	85,3	14,6	11,9	4,9	-6,8	0,4	2,4
Карибы	11,4	14,0	17,2	16,9	16,4	2,5	2,3	6,9	-1,9	-3,0	4,2
Центральная Америка	1,8	2,6	4,3	4,4	4,8	0,5	0,7	8,9	1,6	9,7	9,0
Южная Америка	7,9	11,8	15,5	14,7	13,6	2,1	1,9	2,4	-5,1	-7,0	7,0
Африка	15,0	20,0	27,0	27,7	28,7	3,6	4,0	3,2	2,5	3,7	6,1
Северная Африка	8,4	7,3	10,1	10,6	10,1	1,3	1,4	6,8	4,8	-4,0	1,8
Тропическая Африка	6,6	12,7	17,0	17,1	18,6	2,3	2,6	1,2	1,0	8,5	10,0
Ближний Восток	9,0	13,1	22,7	21,8	24,1	2,4	3,4	13,1	-3,9	10,6	9,7

Источник: Всемирная туристская организация (ВТО)
Данные по состоянию на январь 2003 г.

Приложение 2

**Численность российских граждан, выехавших за границу
в 2004 г. с целью туризма (тыс. человек)**

№	Страна	2004	2003	2002
1	Турция	1445815	1038593	690098
2	Китай	941032	687521	617130
3	Египет	586375	368405	239712
4	Финляндия	377067	327246	406236
6	Польша	322030	422003	635451
7	Германия	255954	278094	208977
8	Испания	190891	168360	227870
9	ОАЭ	175187	145796	172558
10	Италия	156093	118981	149710
11	Франция	138459	112149	87363
12	Чехия	104783	51420	46484
13	Кипр	104559	107290	139251
14	Греция	100309	91404	89713
15	Болгария	90949	73133	55485
16	Тунис	87777	60130	22298
17	Таиланд	80489	54803	40341
18	Великобритания	66892	51551	38996
19	Хорватия	50861	33493	44310
20	Австрия	43829	28811	24170
21	Швейцария	42352	44608	65684
22	Литва	33131	35586	128887
23	Индия	28342	12535	4231
24	Южная Корея	24113	16463	16723
25	Израиль	23641	26559	46469
26	Япония	23041	17558	17170
27	Нидерланды	22839	16348	16070
28	Швеция	20612	14017	9623
29	Латвия	19334	18963	25895
30	США	19142	12860	12875
31	Дания	17359	11909	12262
32	Венгрия	17060	12772	10792
33	Сербия и Черногория	16969	12880	18288
34	Мальта	16333	14492	30541
35	Эстония	16065	32981	6584
Всего выехало с целью туризма		6557116	5678447	5051305

ГЛОССАРИЙ

Брэнд – атрибуты фирмы или товара, которые отражают их индивидуальность, привлекают концентрированное внимание клиентов и создают имидж фирме, способствуя достижению ею репутации и продвижению товара на рынок (*Матанцев А.Н.* 600 способов продвижения торговой марки. – М.: Дело и сервис, 2003. С. 23).

– неосязаемая сумма свойств продукта: его имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования; сочетание впечатлений, которые он производит на потребителей (*Дэвид М. Огилви.* цит. по.: *Перция В.* Брэндмейстеры // Рекламные идеи – YES!, 1999. № 2. С. 11).

Дестинация – географически ограниченная местность (регион, страна, город), в направлении которой формируется туристический поток (*Харрис Г.* Стимулирование международного туризма в XXI веке. – М.: Финансы и статистика, 2000. С.18).

Конкурентоспособность (товаров и услуг) – способность продавать их по рыночным ценам с нормальной прибылью (*Ясин Е.Г.* Конкурентоспособность и модернизация российской экономики: начало проекта. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. С. 12).

Курорт – географически ограниченная территория (акватория), обладающая повышенной концентрацией представленных однородных или гетерогенных туристских ресурсов; обладающая специальным правовым статусом и защищенная от неконтролируемого использования в хозяйственной деятельности человека (*Д. Уокер.* Введение в гостеприимство. – М.: ЮНИТИ, 1999. С. 232).

Поставщики туристических услуг – предприятия, организации или частные лица, непосредственно участвующие в комплексном обслуживании туристов во время прохождения тура (*Ильина Е.Н.* Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2001. С. 38).

Саморегулируемая организация – ассоциация бизнеса, выполняющая функции разработки системы правил и стандартов деловой практики; осуществления мониторинга за соблюдением этих стандартов и правил; разработки и применения системы санкций за нарушение правил; разработки собственной процеду-

ры внесудебного разрешения споров как между членами ассоциации, так и с аутсайдерами (Крючкова П. Саморегулирование хозяйственной деятельности как альтернатива избыточному государственному регулированию. ИНП «Общественный договор». — М., 2001. С. 11).

Тур — комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия (ст. 1. Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ).

Турагентская деятельность — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (ст. 1. Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ).

Туризм — временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) пребывания (ст. 1. Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ).

Туристическая услуга — комплекс материальных или нематериальных благ, направленных на удовлетворение потребностей туристов непосредственно во время поездки либо в период подготовки к ней (Харрис Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке. — М.: Финансы и статистика, 2000. С.11).

Туристический маркетинг — систематическое изменение и координация деятельности туристических предприятий, а также частной и государственной политики в области туризма с целью наиболее полного удовлетворения потребностей определенных групп потребителей, с учетом возможностей получения соответствующих прибылей (Криппендорф Х. Стимулирование международного туризма в XXI веке. — М.: Финансы и статистика, 2000. С. 49).

— это комплекс методов и технических приемов, базирующихся на исследовании и постоянном контроле, для выявления, максимизации и удовлетворения потребительского спроса туристов и создания благоприятных психологических условий для обслуживающего персонала. (Монтехано Х.М. Структура туристического рынка. — Смоленск: Изд-во СГУ, 2000. С. 190).

Туристская индустрия (туриндустрия) – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков, классифицированные по видам деятельности на специализирующиеся на туризме и частично относящиеся к туризму (Стандартная международная классификация видов деятельности в сфере туризма (СИКТА) – Всемирная туристская организация, 1993 г.).

Туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил (ст. 1. Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ).

Туристский продукт – право на тур, предназначенное для реализации туристу (ст. 1. Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ).

Туристский рынок – сфера реализации туристического продукта и экономических отношений, возникающих между покупателями и продавцами туристического продукта (*Балабанов И.Т.* Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999. С. 62)

Туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (ст. 1. Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ).

Центр туристический – населенный пункт или комплекс населенных пунктов, на территории которых представлены объекты туристического показа, обладающие развитой туристической инфраструктурой (гостиничная база, транспорт, общественное питание, торговля и т.д.). (*Bull A. The Economics of Travel and Tourism. London. Pitman, 1991*).

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. *Hicks J.* Wealth and Welfare. – Oxford, 1981.
2. Millennium Tourism Boom in 2000. Отчет Всемирной Туристской Организации. – Мадрид, 2001.
3. *Smith S.L.* Tourism analysis. 1989.
4. *Александрова А.Ю.* Международный туризм. – М.: Аспект – Пресс, 2002.
5. *Багрова Л.А., Багров Н.В., Преображенский В.С.* Рекреационные ресурсы. – М., 1997.
6. *Беквит Г.* Продавая незримое. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2005.
7. *Гуляев В.Г.* Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003.
8. *Иноземцев В.Л.* Пределы «догоняющего» развития. – М.: Экономика, 2000.
9. *Кабушкин Н.И.* Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск: Новое знание, 2002.
10. *Карасев С.О.* Организационно-экономические основы функционирования туристской фирмы в условиях рынка.: Автореф. дис. канд. экон. наук. – М.: ВГИК, 1999.
11. *Козырев В.* Туристская рента. М.: Финансы и статистика, 2001.
12. *Кусков А.С., Лысикова О.В.* Курортология и оздоровительный туризм. – Ростов н/Д: Феникс, 2004.
13. *Маркс К.* Капитал. Т.1 // *Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. 2-е изд. Т. 23.
14. *Михайлова М.* Архитектурное наследство. Вып. 38. Проблемы стиля и метода в русской архитектуре / Российск. Акад. архитектуры и строит. наук. НИИ теории архитектуры и градостроительства; под ред. Н.Ф. Гуляницкого. – М.: Стройиздат, 1995.
15. *Моисеева Н.К.* Стратегическое управление туристской фирмой. – М.: Финансы и статистика, 2000.

16. Морозов В.А. Взаимодействие туризма со смежными отраслями национальной экономики. – М.: Теис, 2004.
17. Никифоров В.И., Калиниченко В.В., Богданов Ю.В. Методологические вопросы системного анализа. Проблемы развития городского туризма// Туристские фирмы. Вып. 19. 1999.
18. Папирян Г.А. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика., 2000.
19. Перчик Е.Н. Города мира. География мировой урбанизации. – М.: Международные отношения, 1999.
20. Преображенский В.С. Шеломов Н.П. Проблемы использования естественных ресурсов для отдыха и туризма. – М., 1967.
21. Радаев В. Экономическая социология. – М., 1998.
22. Самуэльсон П. Экономический образ мышления. – М., 1994.
23. Сапожникова Е.Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран. – М.: Академия, 2005.
24. Сенин В.С. Организация международного туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999.
25. Устинов И.Н. Мировая торговля: статистическо-аналитический справочник. – М.: Экономика, 2001.
26. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ, 1996.
27. Фишер И. Покупательная сила денег, ее определение и отношение к кредиту. М., 1925.
28. Хорошев О.А. Страны мира: справочник-путеводитель. – Ростов н/Д: Феникс, 2004.
29. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995.
30. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. – М.: РДЛ, 2004.
31. Ясин Е.Г., Яковлев А.А. Конкурентоспособность и модернизация российской экономики: начало проекта // Конкурентоспособность и модернизация экономики. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава I. Факторы, средства и технологии современного туристического производства	7
1.1. Факторы туристического производства	8
1.2. Средства производства туристического продукта .	20
1.3. Технологии производства туристического продукта	24
Глава II. Естественные преимущества стран в производстве туристического продукта и методика их оценки	26
2.1. Экономико-географическое положение страны как условие развития национального туризма	26
2.2. Природно-климатические особенности страны как фактор туристического производства	35
Ландшафты	35
Водные ресурсы развития национального туризма .	38
Влияние климата на туристическую привлекательность региона	43
Территории регламентированного доступа в туристическом производстве	47
Бальнеологические ресурсы мирового туризма	52
Глава III. Трудовые ресурсы международного туристического производства и география их распределения	58
3.1. Народонаселение как условие развития туризма и туристической деятельности	58
3.2. Влияние урбанизации на географию и структуру международного туризма	65

Глава IV. Сравнительный анализ туристического потенциала современных городов	73
4.1. Роль городов в современном туристическом производстве	73
4.2. Города как центры познавательного туризма	76
4.3. Европейские города как центры развития туризма	85
4.4. Туристический потенциал русских городов	127
4.5. Туристическое производство в арабских (мусульманских) городах	143
4.6. Туристический потенциал городов Азии	155
4.7. Города Нового Света и их туристический потенциал	174
Глава V. Религиозные особенности стран как фактор туристического производства	195
Глава VI. Инфраструктурные и экономические условия развития туризма в государствах мира	206
6.1. Туристическая индустрия как отрасль народного хозяйства страны	206
6.2. Типы туристических индустрий в странах мира	213
6.3. Конкурентные преимущества национальной туристической индустрии	222
6.4. Методика оценки и показатели конкурентоспособности туристического производства в различных государствах мира	232
Приложение 1	247
Приложение 2	248
Глоссарий	249
Использованная литература	252

Д.С. Ушаков

СТРАНОВЕДЕНИЕ

Учебное пособие

Художественное оформление: *И. Лойкова*
Корректоры: *Л. Михайлова, В. Колобова*
Компьютерная верстка: *А. Филина*

Подписано в печать: 27.11.06
Формат 60 x 90 $\frac{1}{16}$. Бумага офсетная.
Гарнитура School. Печать офсетная.
Тираж 3000 экз. Заказ № 3888.

Издательский центр «МарТ»
344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Темерницкая, 78
тел.: (863) 269-80-13, 240-86-48, 240-90-22.
E-mail: mart@martdon.ru
Web: <http://www.martdon.ru>

Издательско-книготорговый центр «МарТ»
121059, г. Москва, ул. Брянская, д. 7, офис 312
тел.: (495) 241-56-91, 244-78-05, 243-51-58.
E-mail: mart.m@astelit.ru

Отпечатано в ОАО «Тверской ордена Трудового Красного Знамени
полиграфкомбинат детской литературы им. 50-летия СССР».
170040, г. Тверь, проспект 50 лет Октября, 46.



11000

7581
1932



M A P T

ISBN 978-5-241-00809-1



9 785241 008091