

ТУРИЗМ И КРАЕВЕДЕНИЕ

УДК 911.3:796,5+911.5/6

А.И.Зырянов**ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛЕ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА**Пермский государственный национальный исследовательский университет,
614990, г. Пермь, ул. Букирева 15; e-mail: turizm@psu.ru

Рассматривается история появления понятия «географическое поле» и причины его непопулярности в науке. Анализируются возможности применения понятия «географическое поле» в процессе туристского проектирования, в формировании туристских кластеров, в легендировании территории. Дается новое определение понятия «географическое поле».

Ключевые слова: географическое поле; туристский кластер; поле деятельности.

Понятие «географическое поле» в науке не ново и не популярно. Короткая волна его распространения пришла на романтические 1970-е в отечественной науке и связана работами теоретико-географического характера Ю.Г.Саушкина, А.Ф.Асланикашвили, А.М.Смирнова, И.Р.Спектора и некоторых других ученых. Автор и пермские географы также разрабатывали эту тему [6, 7]. Необходимость в этом понятии чувствовалась теми специалистами, которые выходили на синтез экономико-географических и физико-географических задач, их привлекала возможность формализации географических отношений, изучение топологических свойств территории и т.д.

В таком понимании географическое поле воспринимается как одно из предельно абстрактных географических понятий. В отличие от других категорий теоретической географии понятие географического поля является одной из наиболее неясных и размытых. Ниже приведем некоторые положения для оценки уровня нашего понимания, который был в то время достигнут в отношении термина «географическое поле».

Это понимание заключается в следующем. Географическое поле рассматривается как общегеографическая категория, как одно из стержневых понятий теоретической географии [4]. С помощью этого понятия объединяются все географические объекты, явления и процессы. Географическое поле представляется географически всеобщим, соответствующим представлению о географической оболочке.

Одним из определений того времени приведем такое: «географическое поле – это вся совокупность географических объектов в их многообразных связях, т.е. объектов, имеющих пространственную структуру и связанных территориально. Понятие географического поля соединяет в себе понятия географического пространства и географического поля. Поэтому географическое поле является содержательным развитием понятия географическое пространство. Выделяется ряд уровней познания географического поля» [4].

Отметим, что дальнейшее развитие это понятие не получило. Тем более оно оказалось неприменимым практически. Сложилось впечатление, что понятие географического поля почти синонимично понятию географического пространства. В понятии географического поля преобладал пространственный физический подход. Казалось, что поле – это фактически пространство с внутренним наполнением разнообразными элементами, связями между ними, т.е. какой-то участок многообразной географической действительности. Получалось так, что между понятиями «географическое поле» и «географическое пространство» принципиальной, существенной разницы не обнаруживалось.

В нынешнее время в географической науке широкое распространение получили термины «пространство», «географическое пространство» как более понятные в географическом, физическом и философском отношениях. О несравненно большей операциональности понятия «географическое пространство» по сравнению с понятием «географическое поле» говорит Ю.Н.Гладкий [3], выражая мнение большинства коллег.

В связи с тем, что понятие «географическое поле» не было в это время четко определено, его полезность не проявилась, применение в прикладных географических работах не состоялось. В сухом

остатке научного багажа теоретико-географической волны романтического двадцатилетия понятия «географическое поле» почти не сохранилось, несмотря на то, что оно зафиксировано в энциклопедических изданиях того времени [1, 2]

Однако всплеск географической мысли 1970-80-х годов, основанный больше на интуиции, породивший интерес к абстрактным и новым географическим категориям, не мог быть случайным и бесполезным. Понятие «географическое поле» родилось в связи с дедуктивными построениями в работах совершенно разных авторов, которые не столько обосновали его теоретически, сколько почувствовали его необходимость. Может быть представление о понятии «географическое поле» не было ошибкой или данью моде, а выражало мысли, опередившие свое время, которое еще не наступило?

Ряд современных прикладных работ по туристско-рекреационному проектированию в Пермском крае наталкивает нас на то, что категория «географическое поле» наилучшим образом описывает некоторые новые территориальные явления, для которых трудно подобрать иное обобщенное понятие. Поясним это подробнее на примере одной из региональных туристских стратегий.

Занимаясь развитием туризма в Пермском крае, мы постепенно пришли к следующему главному выводу. Несмотря на разницу в туристском потенциале отдельных мест и желании вкладывать инвестиции точечно в наиболее перспективные города и зоны, необходимо создать такой механизм, по которому туризм развивался бы системно на всей территории края, во всех его районах. В связи с этим мы попытались соединить площадной и точечный подходы, выработав новую технологию развития туризма и рекреационной деятельности в регионе, назвав ее кластерно-доминантным подходом [5].

Туристский кластер мы определили как объединение активных элементов территориальной туристско-рекреационной системы во временное взаимодействие, которое приводит к активизации деятельности. При этом возникают новые маршруты, потоки, центры. Маршрутная организация характерна для структуры туристского кластера. Кластерная форма территориальной организации туризма особенно начинает проявляться в том случае, когда в туристско-рекреационной среде появляется какая-либо явная доминанта, выражающая специализацию территории. Доминантой может быть как объект экскурсионного интереса, так и объект туристской инфраструктуры, и туристское событие.

Кластерно-доминантный подход к развитию туризма в регионе технологически заключается в следующем [5].

1. Важно найти основные конкурентные туристские преимущества региона среди других регионов в России, а возможно и в мире, и обозначить его внутренние территории, где эти выделенные преимущества проявляются наиболее ярко.

2. Следует осуществить туристско-рекреационное районирование региона (выделить внутрирегиональные районы) с учетом его основных конкурентных преимуществ. Надо выделить районы, которые отличались бы выражением какого-либо основного преимущества. В таком случае каждый район мог бы предлагать особенные турпродукты и взаимодополнять другие районы в региональной системе. В таком случае на основе туристских районов складываются или могут сложиться временные территориальные сочетания предприятий – туристские кластеры, которые могли бы осуществлять тематические проекты. В связи с этим на основе сетки туристских районов следует определить пространственную структуру будущих туристских кластеров – протокластеров, и осуществить их зонирование для понимания насыщенности туристскими ресурсами.

3. Необходимо выделить доминанты в протокластерах. В эту задачу входит определение географического места и функции будущего объекта, который способен своим появлением и развитием внести новое развитие в существующей туристской среде и сформировать эффективную и полезную туристско-рекреационную систему, объединив проектно и маршрутно разнообразные элементы. На основе этого следует перейти к проектированию туристского кластера.

Туристско-рекреационные районы полностью «замощают» всю территорию региона, так что развивающиеся на их основах кластеры теоретически охватывают все пространство края. Туристская специфика и особенность каждого района должны выразиться в тематике турпродуктов и продукции туристского сервиса. В связи с этим возникает одна из генеральных задач – задача туристского легендирования территории. Формирование эффективной туристской легенды является важной основой многообразной проектной туристской работы в районе. Это способствует образованию туристского кластера, где ярким выразителем легенды территории является туристская доминанта.

Так, легендирование туристского кластера Горнозаводского Урала в пределах Пермского края может быть выстроено на основе темы «Горнозаводская цивилизация», а тема «Коми-пермяцкая культура» может выразить туристские проекты кластера «Парма».

Формируя туристскую легенду территории, мы задаем тематический вектор развития туристского сервиса и туроперейтинга, влияем на формирование образа места, и даже профилируем краеведческую поисковую работу.

Говоря о пространстве туристского кластера, мы имеем в виду его границы, состав входящих в него объектов. Говоря о географическом поле туристского кластера, мы подразумеваем не только пространственные границы и состав элементов, но и всю соответствующую деятельность. Это поле деятельности данного профиля.

Географическое поле туристского кластера – это поле туристско-рекреационной деятельности с географическим содержанием. Географическое поле в данном случае – это не просто своеобразный аналог понятий «географическое пространство» и «территория», а термин, выражающий поле деятельности, поле креатива, легендирования, девелопмента. Туризм как вид предпринимательства с одной стороны, и географическая деятельность – с другой, дает возможность ясно почувствовать бизнес-компоненту в термине «географическое поле».

Подводя итог, можно дать следующее определение понятия: *географическое поле – это поле деятельности географического содержания.*

Перевод на английский язык категории «географическое поле» как «geographical field»[1] абсолютно соответствует нашему пониманию, поскольку термин «field» используется и как пространственная категория, и как поле деятельности.

Библиографический список

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. М., 1983. 350 с.
2. *Географический* энциклопедический словарь. Понятия и термины. М.: «Советская энциклопедия», 1988. 432 с.
3. Гладкий Ю.Н. Гуманитарная география. СПб., 2011.
4. Зырянов А.И. Регион: пространственные отношения природы и общества. Перм. гос. ун-т. Пермь, 2006. 372 с.
5. Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э. Туристские кластеры Пермского края // Туризм в глубине России: сб. тр. конф. Пермь, 2010. С. 3-10.
6. Шарыгин М.Д., Зырянов А.И. Введение в теоретическую географию: учеб. пособие. Перм. гос. ун-т. Пермь, 1984. 84 с.
7. Шарыгин М.Д., Зырянов А.И. Морфологический уровень географического поля // Природные и социально-экономические системы Тюменского Приобъя. Тюмень, 1981. С.30-47.

A.I. Zyrianov

GEOGRAPHICAL FIELD OF TOURISTIC CLUSTER

This article discloses history and appearance concept of the «geographical field» and the purposes of its unpopularity within the science. The text is aimed at the research possibility of applied concept within the process of tourism projecting, forming of touristic clusters, legending of the territory. The given work proposes the new definition of the concept «geographical field».

Key words: geographical field; touristic cluster; field of activity.