

Дискуссии
Тархов С.А.

Сведения об авторе**Шуйский Юрий Дмитриевич**

доктор географических наук, профессор,
заведующий кафедрой физической географии и
природопользования,
Одесский национальный университет им.
И.И. Мечникова;

Украина, 65082, Одесса-82, ул. Дворянская, 2

e-mail: physgeo_onu@ukr.net

About the author**Yuriy D. Shuisky**

Doctor of Geographical Sciences, Professor, Head of the
Department of Physical Geography and Nature
Management, Odessa I.I. Mechnikov National University;
2, Dvoryanskaya st., Odessa-82, 65082, Ukraine

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Шуйский Ю.Д. Закон географической локальности в современной физической (природной) географии // Географический вестник = Geographical bulletin. 2019. №4(51). С. 163–172. doi 10.17072/2079-7877-2019-4-163-172.

Please cite this article in English as:

Shuisky Yu.D. Geographical locality law in modern physical (natural) geography sciences // Geographical bulletin. 2019. №4(51). Pp. 163–172. doi 10.17072/2079-7877-2019-4-163-172.

УДК 911.3: 379.8/ 338.436

DOI: 10.17072/2079-7877-2019-4-172-178

ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ ПОДХОД В ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА***Сергей Анатольевич Тархов**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6426-963X>, Scopus ID: 6603124484, Researcher ID: L-7981-2015

e-mail: tram.tarkhov@gmail.com

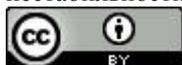
Институт географии РАН; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва

Объектом географии туризма являются территориальные системы туризма, а ее предметом – изучение их пространственных структур. Основные элементы территориальной системы туризма – туристские объекты, центры, узлы, очаги и регионы; курорты и курортные зоны и агломерации; узлы туристской инфраструктуры; туристские потоки. Даются определения основных понятий географии туризма, наиболее важные с точки зрения пространственного подхода. Главный пробел географии туризма – недостаточное использование пространственного подхода при анализе размещения туристских объектов, центров туризма и курортов, туристских маршрутов, видов туризма, туристских потоков и туристской инфраструктуры. Почти не изучаются их пространственное распределение по территории, пространственная иерархия, пространственное взаимодействие разных видов туризма на одной территории. Основными направлениями пространственно-географического анализа туризма должны стать типология территорий по уровню развития туризма, анализ туристской специализации районов и стран, туристское районирование и зонирование территории, изучение процесса туристского освоения территории, анализ эволюции пространственной структуры туризма разных территорий.

Ключевые слова: туризм, география туризма, пространственный подход, пространственная структура.

© Тархов С.А., 2019

* Исследование выполнено в рамках бюджетной темы Института географии РАН (ГЗ) «Проблемы и перспективы территориального развития России в условиях его неравномерности и глобальной нестабильности» № 0148-2019-0008 и Программы Президиума РАН №53.



Дискуссии
Тархов С.А.

SPATIAL APPROACH IN TOURISM GEOGRAPHY

Sergey A. Tarkhov

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6426-963X>, Scopus ID: 6603124484,

Researcher ID: L-7981-2015

e-mail: tram.tarkhov@gmail.com

Institute of Geography, Russian Academy of Sciences; National Research University "Higher School of Economics", Moscow

The object of tourism geography are territorial systems of tourism, its subject is analysis of their spatial structures. Chief elements of a tourism territorial system are tourist attractions, centers, nodes, regions; resorts (Kurort), spas, and their agglomerations; tourist flows; nodes of tourist facilities. In the paper, the main concepts of tourism geography are defined. The author demonstrates the principal gap in tourism geography, which is insufficient use of spatial approach in the location analysis of tourist attractions, centers, routes, flows and infrastructure. Their spatial distribution by area, spatial hierarchy, and spatial interaction between different types of tourism in the area are poorly studied. The basic directions of spatial-geographical analysis of tourism must include typology of regions and areas by the level of tourism development, tourist specialization of regions and countries, tourist regionalization and zoning of areas, tourist re-development of areas, and spatial structure of tourism in different areas, regions and countries.

К е у в о р д с : tourism, tourism geography, spatial approach, spatial structure.

Введение

География туризма – уже давно сложившееся направление географической науки, со своими классиками, монографиями и изданными учебниками. Что можно еще сказать, когда почти все уже сказано и написано?

Однако так случилось, что я читал лекции по географии туризма зарубежных стран более 15 лет, рассказывая о туризме более 50 стран мира. По своей основной специализации я географ-транспортник, а шире – экономико-географ. Туризмом и географией туризма прежде я не занимался. Правда, в Институте географии АН СССР, когда поступил туда в аспирантуру в конце 1979 г., был расцвет рекреационной географии, которая к концу 1980-х гг. стала угасать. Так что концепции, труды и все представители этой школы мне были давно знакомы. Когда я приступил к чтению лекций в начале 2000-х гг., мой уровень знаний в области туризма был близок к нулю. Постепенно я эти знания впитал, обдумывал прочитанное в разных учебниках, монографиях и статьях. Теперь, по прошествии многих лет, у меня накопился некоторый опыт, и я уже сам могу оценивать положение дел в этой отрасли знания, хотя никаких статей или книг по этой тематике так и не написал, поскольку не считал себя до сих пор специалистом в этой области знаний. Причина написания этой статьи – неудовлетворенность всем ранее написанным и прочитанным. Я не нашел ни в одном учебнике или монографии толкового, с моей точки зрения, объяснения, что такое география туризма, что она должна изучать, каковы ее методология и познавательная структура, объект и предмет этой дисциплины и т.д. Именно поэтому я решил изложить свои собственные представления и взгляды на этот раздел географии с точки зрения пространственного подхода, который я впитал еще в первой половине 1970-х гг., обучаясь в МГУ.

На первых порах у меня сложилось довольно-таки примитивное представление, что география туризма изучает только размещение туристских объектов, центров туризма и курортов, туристских маршрутов, видов туризма (туристской деятельности), туристских потоков и туристской инфраструктуры. Многие специалисты по географии туризма считают, что ее сутью является даже не анализ размещения туризма, а изучение влияния разных факторов на особенности туризма в том или ином регионе или стране (которые, по моему мнению, никакого географического содержания в себе не несут).

Неоднократно присутствуя на защитах дипломов и даже кандидатских диссертаций по географии туризма в ряде московских вузов, я пришел к выводу о том, что во многих из них не хватает важных географических элементов и даже, пожалуй, самого главного – в них отсутствует пространственно-географическое осмысление самого туризма вообще.

Чего же не хватает или нет вообще в большинстве работ по географии туризма, с моей точки зрения, профессионального экономгеографа?

Дискуссии
Тархов С.А.

Основные содержательные пробелы в географии туризма

1. В географии туризма почти нет пространственного анализа туристской специализации территории. Каждый вид туризма имеет свою специфику пространственного выражения: ареальный, очаговый, точечный, линейный, что необходимо тщательно изучать. Например, я никогда не видел в дипломах, учебниках или монографиях карт специализации туризма. Их можно было бы составлять по аналогии с картами специализации сельского хозяйства с выделением ареалов, очагов и/или узлов концентрации главных видов туризма.

2. Редко встречаются работы, анализирующие пространственное распределение объектов одного, нескольких и всех видов туризма на определенной территории. Это традиционное для социально-экономической географии направление почему-то слабо представлено в географии туризма за исключением, может быть, работ по религиозно-паломническому туризму. А изучать такие распределения необходимо, поскольку надо знать, каковы типы таких распределений для одного или нескольких видов туризма, каков пространственный характер распределения сети туристских объектов в регионе или стране (преобладает концентрация, дисперсия или еще какое-то пространственное распределение; какова плотность туробъектов на территории), где находится центр «тяжести» сети туробъектов (здесь можно использовать традиционные центрографические методы, принятые в географии расселения). Очень важно также изучать, как взаимодействуют и сочетаются на одной территории сети объектов двух и большего числа видов туризма.

3. Почти не изучается пространственная иерархия главных туристских центров и очагов концентрации туристской деятельности. А такую иерархию можно было бы изучать либо, используя частоту посещаемости ими туристами, либо взвешенное по определенным коэффициентам число потенциальных туристских объектов в них.

4. Незначительно или вообще не исследуется пространственное взаимодействие разных видов туризма на одной территории. Говоря иначе, слабо изучены возможные сочетания объектов разных видов туризма на одной территории. Здесь возникает много вопросов: как пространственно могут сочетаться разные виды туризма, наблюдается ли пространственная сопряженность двух или более видов туризма, есть ли пространственная конкуренция между разными видами туризма на одной территории или они, наоборот, взаимодополняют друг друга, сочетаясь друг с другом в большинстве туристских маршрутов.

5. Не проводится пространственный анализ сети потоков туристов на одной территории или между разными регионами (странами) с использованием традиционных для географии транспорта моделей транспортных потоков, например гравитационной, или потенциалов (за «вес» турцентра можно принять, например, его аттрактивность и частоту посещаемости, а расстояние измерять стоимостью проезда или временем поездки), равно как изучение иерархии и каркаса основных туристских потоков. Важно также понять, каковы причины формирования турпотоков, как формируется сеть главных потоков, почему турпотоки в одном направлении не компенсируются обратными потоками.

6. Не разработаны географическая теория и методология пространственного выбора туристских маршрутов. Сами маршруты строятся в основном исходя из интуиции специалистов, часто без всякого научного обоснования.

Объект и предмет изучения географии туризма

Составив перечень изъянов современной географии туризма (он может быть расширен новыми пунктами), следует определиться, что изучает эта дисциплина. Я не буду цитировать множество ее определений в многочисленных учебниках, а приведу свою трактовку. По аналогии с современными определениями разных отраслей географии человека (этот термин более адекватен тому, что у нас традиционно называют социально-экономической географией) основным *объектом* изучения географии туризма являются *территориальные системы туризма*, а *предметом* – их *пространственная структура* (иначе называемая в отечественной географии человека территориальной структурой, которая тесно связана с понятием, введенном в научный оборот И.М. Маергойзом).

Территориальные системы туризма состоят из отдельных элементов, которые, вступая в пространственные отношения (их часто называют географическими), формируют пространственные структуры. География туризма и отличается от смежных туристских дисциплин тем, что изучает

*Дискуссии
Тархов С.А.*

именно такие отношения и структуры, а не какие-либо иные. Исследование, не рассматривающее эти отношения и структуры, негеографично по своей сути (это не означает, что оно ненаучно, плохое). Правда, многие географы возразят мне, приведя в качестве важного аргумента, что вторым «козырем» географичности (после пространственного анализа территориальной дифференциации) является комплексность подхода в изучении (анализ взаимосвязей, взаимодействий). Но я уже давно понял, что за декларациями о комплексности, интегративности, эмерджентности ничего содержательного нет. Декларировать, что все элементы территории взаимодействуют друг с другом, просто и даже, видимо, необходимо. Но этого мало. Надо изучать эту территориальную комплексность, взаимодействие, а вот этим-то как раз никто не занимается и не хочет заниматься, поскольку все прекрасно знают, что это – очень сложное и почти невыполнимое занятие.

Но вернемся к объекту и предмету изучения географии туризма. Понятие «территориальная система туризма» весьма абстрактно, особенно для начинающего исследователя. Попробуем объяснить, что под ней понимается. Как любой географический объект такая система состоит из пространственных элементов, четко выраженных на территории в виде точек (узлов), очагов, ареалов, полос, линий, а также пространственных отношений (взаимосвязей) между ними, реализующихся (выраженных) в виде туристских потоков. Совокупность этих элементов и отношений (взаимосвязей) на конкретной территории и есть территориальная система туризма. Как элементы, так и взаимосвязи (отношения) между ними легко картографируются. Так что территориальную систему туризма легко изобразить на географической карте или картоиде (схематическое пространственное изображение карты, построенное по определенным правилам или исходя из теоретических обобщений). Поэтому любое исследование по географии туризма должно сопровождаться тематическими картами, которые показывают суть изучаемых явлений и процессов.

Итак, основными элементами территориальной системы туризма являются туристские объекты (далее для краткости будем употреблять термин «туробъекты»); туристские центры («турцентры»), узлы, очаги и регионы; курорты и курортные зоны и агломерации (разновидность турцентров и туристских регионов); узлы туристской инфраструктуры. Между ними складываются пространственные отношения (взаимосвязи, взаимодействия), главными среди которых являются позиционность (географическое положение, пространственная удаленность и близость, соседство, периферийность, центральность); пространственное притяжение (аттракция, тяготение); пространственная конкуренция и взаимодополнительность; пространственная концентрация, дисперсия (разреженность), агломерирование. Эти пространственные отношения проявляются на территории в виде потоков туристов, а организационно – в сети туристских маршрутов. Сеть туристских потоков на территории и есть материализованная реализация взаимодействия всех элементов территориальной системы туризма. Иначе говоря, турпотоки – это результат взаимодействия всех возможных (потенциальных) пространственных и функциональных отношений в территориальной системе туризма.

Каждая конкретная территориальная система туризма имеет разное наполнение пространственными элементами и связями между ними (потоками). Такая конкретная конфигурация (с четко определенным локалитетом туристских объектов и связей) и называется пространственной структурой туризма, т.е. это вполне определенный рисунок из элементов и связей (отображаемый на географической карте) со своей собственной топологией (взаиморасположением), метрикой, уровнем сложности. Она представляет собой суперпозиции сети туристских объектов, центров, регионов и сети турпотоков.

На каждой территории складывается своя особая пространственная структура (конфигурация) разных элементов туризма и пространственных отношений между ними. Изучение особенностей таких конкретных пространственных структур туризма и есть главное, на наш взгляд, содержание географии туризма.

Основные понятия географии туризма

В географии туризма используется большое число понятий, которые по своей сути не являются географическими. Здесь я попытаюсь определить ряд понятий, действительно имеющих географическое содержание. К ним относятся туристский потенциал территории, туристский центр, туристская специализация территории и др.

Дискуссии
Тархов С.А.

Сначала будем рассуждать о негеографическом. Туризм в нашем понимании – путешествие ради удовлетворения каких-либо потребностей, желаний и интересов. Целями туризма могут быть отдых, стремление увидеть новое (старое), ощутить себя в другой среде, желание приобрести что-то, удовлетворить свой интерес к чему-либо в другом месте или во время путешествия.

Туристский потенциал территории – совокупность всех туристско-рекреационных ресурсов (природных, историко-культурных, этнографических, социально-экономических). Он используется по-разному; как правило, не полностью. В процессе освоения этого потенциала в туристическую деятельность вовлекаются все новые и новые объекты туризма, из которых затем формируются туристские центры. Туристский потенциал территории обычно оценивается в баллах, но этого недостаточно. Следует оценивать реальную возможность его освоения и фактический уровень освоенности. Последнее, к сожалению, не делают или делают крайне редко. Часто при наличии обилия ресурсов отсутствует инфраструктура, а потому потенциал остается потенциалом (возможностью), и его никто не использует, так как не может его определить, выявить.

Туристский центр (турцентр) – место (или местность), где расположены один или большее число туристских объектов с наличием туристской инфраструктуры и некоторым турпотоком (иногда ими бывают единичные объекты, притягивающие большое число туристов). Отличие турцентра от туробъекта состоит в наличии в первом туристской инфраструктуры, интенсивной посещаемости его туробъектов, высокой аттрактивности (притягательности) для туристов. В турцентре может находиться один или несколько туробъектов одного или нескольких видов туризма. Турцентр с доминированием объектов одного вида туризма называется монофункциональным, двух видов – бифункциональным, трех и более видов – полифункциональным. Разновидностью монофункционального турцентра являются курорты – места лечения и отдыха (буквальный перевод с немецкого языка – «место лечения»).

Турцентры могут располагаться рядом, образуя в таком случае *очаги туризма* (когда ареал невелик) и *зоны туризма* (несколько турцентров расположены рядом друг с другом в виде полосы или моноцентрического ареала среднего размера). Сросшиеся физически друг с другом туристские центры и/или туристские очаги образуют *агломерации турцентров* (например, линейные курортные агломерации вдоль морских побережий и кластеры горнолыжных центров).

Сеть турцентров страны (региона) всегда неравномерна: в одних частях они концентрируются, в других располагаются разреженно или отсутствуют вовсе (например, север Канады и Сибири, экваториальные леса Африки и Амазонии, внутренние районы пустынь Сахара, Руб-эль-Хали и др.). Поэтому территорию страны (или региона) можно делить на части (туристские районы), выделяя те из них, где туризм развит и есть, или его нет; там, где он есть, выделять те районы и очаги, где концентрация туристских объектов более высокая и более низкая; где явно выделяются районы специализации по видам туризма: спортивного и экологического, лечебно-оздоровительного и др., а также их сочетаний.

Некоторые виды туризма представлены объектами ареального простираения (экологический, спортивный и др.), другие – точечного (культурно-познавательный, выставочный, деловой, развлекательный) или даже очагового (сосредоточены в одном очаге), третьи – линейного простираения. Поэтому формы пространственного распространения объектов каждого вида туризма свои особые: повсеместные (убиквитетные), разреженные, очаговые.

Туристская специализация территории страны (региона) – наиболее развитые виды туризма, которые и наиболее эффективны с точки зрения туристической отрасли экономики, т.е. те, которые основаны на изобилии здесь туристско-рекреационных ресурсах, а потому дешевы при освоении. В разных частях страны (если она средняя или большая по территории; или очень насыщена туристскими объектами) есть своя региональная специализация туризма.

Нужно составлять специальные карты, которые позволят показать районы, где доминирует тот или иной вид туризма (или несколько видов), а также сеть турцентров и курортов, их функциональную структуру (секторами – виды туризма, величиной кружка – размер турцентра), сеть основных туристских маршрутов. Наличие информации о размерах потоков дает возможность определить основные турпотоки. Такая подробная карта отражает пространственную структуру туризма территории и фактически является пространственным «портретом» туризма этой страны или региона.

Дискуссии
Тархов С.А.

Основные темы пространственно-географического изучения туризма

Как у любой дисциплины, у географии туризма есть темы и сюжеты, которые должны характеризовать ее научное лицо (быть ее «kozyрными картами»), отличающее ее от остальных смежных дисциплин. На мой взгляд, к ним относятся следующие.

1. Типология стран и регионов по уровню развития туризма. В качестве показателей, описывающих этот уровень, можно использовать очень разные параметры: сальдо въездного и выездного туризма; соотношение числа внутренних и «внешних» (иностранных и выезжающих отечественных) туристов; доля внутренних туристов от всего числа туристов; доля доходов от туризма в ВВП (ВРП); число принимаемых в стране (регионе) иностранных туристов и доходы от них; доля занятых в туризме (включая ресторано-гостиничный бизнес); соотношение числа иностранных туристов и численности населения страны (степень «давления» массы туристов на местное население); сочетание основных видов туризма; число туробъектов; число турцентров и курортов и др.

2. Анализ туристской специализации территории региона или страны. Главным результатом такого анализа является выделение участков территории с явной моноспециализацией (например, доминирование морского лечебно-оздоровительного туризма или экологического туризма), би- и тримодальной специализацией (с наличием 2–3 ведущих видов туризма; например, культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного и спортивного), полифункциональной специализацией. Чем-то такой анализ напоминает изучение промышленных узлов и промышленных районов в географии промышленности или проведение функциональной типологии городов в геоурбанистике.

Для того чтобы проанализировать характер туристской специализации территории, следует выявить имеющиеся на территории туристские и рекреационные ресурсы, туристские объекты, центры, очаги и регионы с их локализацией на соответствующих картах. Затем по этим картам необходимо оценить туристский потенциал территории по видам туризма с помощью балльных оценок (по значимости или посещаемости отдельных туробъектов, турцентров, курортов), выделив ведущие и второстепенные виды туризма и районы, где доминирует те или иные виды.

С этой темой тесно связана следующая.

3. Туристское районирование и зонирование территории. Разделить территорию страны, региона, макрорегиона на отдельные части (районы) по разным принципам – исключительная прерогатива географов. Если районирование – разделение территории на части по заданным признакам (на основании определенных принципов) проводить без остатка, то туристское зонирование – выделение очагов и зон концентрации туробъектов, турцентров и турпотоков – с возможными пробелами (т.е. без полного покрытия территории). Районирование и зонирование можно осуществлять по степени концентрации и дисперсии туробъектов, сочетанию видов туризма, туристской специализации турцентров и районов.

Одной из главных задач географов является проведение туристского районирования мира, отдельных макрорегионов, крупно площадных стран (таких как США, КНР, Россия, Индия, Бразилия, Канада), а также ведущих туристских «держав» среднего размера (Франция, Италия, Испания, Германия, Великобритания, Турция, Таиланд, ЮАР, Мексика).

4. Пространственный анализ макротерриториальной структуры туризма мира. Здесь особенно интересно изучить устойчивость (консервативность) такой структуры, поскольку известно, что большинство туристов посещает небольшое число стран-аттракторов. Насколько устойчива во времени эта пространственная структура стран-генераторов турпотоков?

5. Изучение процесса туристского освоения территории, типов такого освоения. Каждая страна или регион обладает определенным набором туристских и рекреационных ресурсов, которые осваиваются частично, полностью или совсем не осваиваются. В разных странах и регионах этот процесс освоения (т.е. присоединения новых участков территории с какими-то определенными ресурсами) имеет разные пространственные особенности, формы и стадии. Освоение этих ресурсов и новых территорий происходит линейно, радиально, очагово, дисперсно, континуально, волновым или сплошным образом. Туристское освоение территории включает в себя несколько стадий: пустое неосвоенное пространство с потенциальными ресурсами; их освоение до определенного уровня или полностью; насыщение и перегрузка территории. Это направление исследований можно иначе назвать «диффузией туристского освоения территории».

Дискуссии
Тархов С.А.

6. Формирование и эволюция пространственной структуры туризма разных территорий (стран, регионов). Очень интересно изучить процессы формирования и дальнейшей трансформации пространственной структуры туризма: пространственное усложнение, пространственное сгущение (уплотнение), насыщение территории, распад структуры, смена функций. Частью этой темы является изучение процесса пространственной диффузии в туризме (распространение по территории новых видов туризма, туристской инфраструктуры), выявление стадий развития пространственной структуры туризма, стадий пространственной конкуренции разных видов туризма друг с другом, а также разных турцентров и курортных агломераций и др.

Выводы

Итак, были изложены взгляды автора этой статьи на то, что должна изучать география туризма с точки зрения пространственного подхода. Эти взгляды, конечно, дискуссионны. Тем не менее исследования в этих направлениях, особенно пространственной структуры территориальных систем туризма, обусловят развитие теории и методологии географии туризма, интенсивность использования картографического и пространственно-аналитического методов при изучении территориальных систем туризма отдельных стран, регионов, городов и всего мира в целом. Пространственный подход к туризму позволяет раскрыть географическую сущность объектов, явлений и процессов, связанных с туристской деятельностью человека, – их пространственную структуру, пространственную организацию и их изменения во времени.

Поступила в редакцию: 24.06.2019

Сведения об авторе

Тархов Сергей Анатольевич
доктор географических наук, ведущий научный
сотрудник Института географии РАН, НИУ
«Высшая школа экономики»;
Россия, 119017, г. Москва,
Старомонетный пер. 29

About the author

Sergey A. Tarkhov
Doctor of Geographical Sciences, Leading Researcher,
Institute of Geography, Russian Academy of Sciences;
29, Staromonetny pereulok, Moscow, 119017, Russia;
Leading Researcher, Professor, National Research
University Higher School of Economics;
13, Myasnitskaya st., Moscow, 101000, Russia

e-mail: tram.tarkhov@gmail.com

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Тархов С.А. Пространственный подход в географии туризма // Географический вестник = Geographical bulletin. 2019. №4(51). С. 172–178. doi 10.17072/2079-7877-2019-4-172-178.

Please cite this article in English as:

Tarkhov S.A. Spatial approach to tourism geography // Geographical bulletin. 2019. №4(51). Pp. 172–178. doi 10.17072/2079-7877-2019-4-173-179.