

А.Г. Бутузов

# ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ

Рекомендовано УМО учебных заведений  
Российской Федерации по образованию  
в области сервиса и туризма  
в качестве **учебного пособия** для студентов вузов,  
обучающихся по направлению подготовки «Туризм»

КНОРУС • МОСКВА • 2015

**KnorusMedia**  
электронные версии книг

УДК 338.48(075.8)  
ББК 75.81я73  
Б93

**Рецензенты:**

**В.А. Шумаев**, директор АНО «Центр социальных проблем развития регионов», д-р экон. наук, проф.,

**Е.С. Погребова**, начальник научно-исследовательского отдела ФГОУ ВПО РГУТиС, канд. экон. наук, доц.

**Бутузов А.Г.**

**Б93** Этнокультурный туризм : учебное пособие / А.Г. Бутузов. — М. : КНОРУС, 2015. — 248 с. — (Бакалавриат).

**ISBN 978-5-406-04226-7**

Рассмотрены теоретико-методологические основы и практические аспекты развития этнокультурного туризма, объединяющего различные формы туристской активности. Большое внимание уделено сложной структуре и специфике отдельных подвидов этнокультурного туризма, отчасти — смежных видов. Сформулированы приоритетные цели и задачи в развитии этнокультурного туризма на современном этапе и в обозримой перспективе, предложены возможные пути использования соответствующих знаний в профессиональной деятельности организаторов от туризма.

Соответствует действующему Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования нового поколения.

*Для студентов бакалавриата, магистрантов, аспирантов, преподавателей, руководителей и работников предприятий туризма и гостиничного бизнеса.*

**УДК 338.48(075.8)**  
**ББК 75.81я73**

Бутузов Алексей Геннадьевич  
**ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ**

Сертификат соответствия № РОСС RU. АЕ51. Н 16604 от 07.07.2014.

Изд. № 8563. Формат 60×90/16. Гарнитура «PetersburgС».

Усл. печ. л. 15,5. Уч.-изд. л. 14,92.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедровая, д. 14, корп. 2.

Тел.: 8-495-741-46-28.

E-mail: office@knorus.ru <http://www.knorus.ru>

Отпечатано в ООО «Центр геологических информационных технологий».  
115201, г. Москва, ул. Котляковская, д. 1, стр. 3.

**ISBN 978-5-406-04226-7**

© Бутузов А.Г., 2015

© ООО «Издательство «КноРус», 2015

# Оглавление

Предисловие .....	5
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ТУРИСТИКИ	
1.1. Краткая история наук этнокультурного цикла .....	9
1.2. Ведущие учения и концепции этнологии .....	19
1.3. Этнос как специфический социальный феномен .....	29
1.4. Критерии этнической идентичности .....	40
1.5. Современные подходы к изучению этничности .....	44
1.6. Кросскультурные коммуникации .....	56
1.7. Лингвистическое разнообразие населения .....	64
1.8. Политические факторы и этнокультурный феномен .....	77
Контрольные вопросы и задания .....	80
Глава 2. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ВИД ТУРИЗМА	
2.1. Введение в проблематику этнокультурного туризма .....	82
2.2. Этнический туризм .....	86
2.3. Этнографический туризм .....	89
2.4. Ностальгический туризм .....	94
2.5. Эколого-этнографический туризм .....	104
2.6. Этнопознавательный туризм .....	107
2.7. Антропологический, или туризм образа жизни .....	111
2.8. Этнокультурные элементы в прочих видах туризма .....	115
2.9. Этнокультурное и этнокультурно-туристское районирование .....	119
Контрольные вопросы и задания .....	122
Глава 3. РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА	
3.1. Общая характеристика и структура ресурсного потенциала этнокультурного туризма .....	123
3.2. Понятие о природопользовании .....	130

3.3. Культурные ландшафты как объект этнокультурного туризма .....	136
3.4. Классификация типов культурных ландшафтов .....	146
3.5. Типология этнокультурных ландшафтов .....	166
3.6. Прочие ресурсы этнокультурного туризма .....	174
Контрольные вопросы и задания .....	177
<b>Глава 4. ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ РЫНКА ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ</b>	
4.1. Подходы к изучению спроса на рынке этнокультурного туризма .....	178
4.2. Подходы к изучению предложений на рынке этнокультурного туризма .....	192
Контрольные вопросы и задания .....	200
<b>Глава 5. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ФАКТОР И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ</b>	
5.1. Африканский регион .....	201
5.2. Североамериканский регион .....	211
5.3. Латиноамериканский регион .....	228
5.4. Азиатско-Тихоокеанский регион .....	231
5.5. Австралийский регион .....	235
Контрольные вопросы и задания .....	245
<b>ЛИТЕРАТУРА .....</b>	<b>246</b>

# ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящее пособие представляет собой первую в отечественной учебной литературе попытку комплексного изучения этнокультурного туризма, объединяющего различные формы туристской активности. К настоящему времени отечественными и зарубежными специалистами в области этнологии, культурологии, социологии, психологии и других смежных наук накоплен довольно внушительный теоретический потенциал, ценный практический опыт в изучении этнокультурного аспекта общественного бытия, который следует истолковывать как имеющий непосредственное отношение к культуре этнических, субэтнических, этносоциальных или этнотерриториальных групп. В экономических и политических исследованиях последних десятилетий акцент все больше смещается в сторону этнокультурной тематики. Подавляющее большинство современных масштабных маркетинговых исследований в развитых странах не обходится без этнокультурной составляющей. Более того, согласно прогнозам экспертов, путешествия с этнокультурной мотивацией станут во второй четверти нынешнего столетия одним из самых динамичных видов международного туризма.

На этом фоне отчетливо ощущается отсутствие специально разработанных теоретико-методологических основ изучения этнокультурного феномена для целей и задач туристской отрасли. К настоящему времени содержанию и методике этнологического образования в отечественном туризме посвящена лишь одна кандидатская диссертация. Представленное учебное пособие отчасти позволит приблизиться к решению этой сложной проблемы. Впервые в отечественной туристике предпринята попытка обобщения теоретического и эмпирического материала по этнокультурной тематике, предложены возможные пути к применению этих знаний в практической деятельности профессиональных организаторов туризма, сформулированы основные цели и задачи этнокультурного туризма на современном этапе и на обозримую перспективу.

Помимо разработки специфических концепций для нужд туризма существует крайняя необходимость в «наведении мостов» между динамично развивающейся этнологической наукой, с одной стороны,

и теорией и практикой туристской деятельности — с другой. Этнические общности имеют динамичные, но фиксируемые пространственные рубежи. С учетом постоянно воспроизводимых этнокультурных, этносоциальных, этнополитических и прочих связей можно констатировать определенную степень инерционности пространственных границ соответствующих общностей. Это вселяет оптимизм при решении вопроса о долгосрочном прогнозировании туристского спроса с учетом территориальных отличий национальных рынков.

Именно этнокультурный фактор во многом определяет ценность того или иного объекта туристского интереса. В частности, выбор путешественником конкретных экскурсионных объектов для посещения чаще всего продиктован симпатией к культурно-историческому наследию соответствующей страны или региона в целом. Общеизвестно преклонение выходцев из бывших французских, британских, португальских колоний перед достижениями соответствующих стран — бывших метрополий. В этом отношении весьма показателен пример Того, где, несмотря на доминирующее после Первой мировой войны французское культурное влияние, массовое сознание больше благоволит к немцам, приписывая им едва ли не основные заслуги в прогрессивном развитии этой африканской страны.

Существование множества различных, нередко уникальных во многих отношениях «картин мира» — имманентных каждой культуре специфических способов отражения окружающей действительности, алгоритмов активности и ориентации человека в обыденной и сакральной жизни — объективно создает предпосылки для межкультурных трений и конфронтаций. Одной из важнейших проблем представляется необходимость решения задач, связанных с соответствием принятой в той или иной стране или регионе трудовой этики и корпоративной культуры потребностям туристской сферы. Этничность проявляется не только через потребности довольно значительных групп туристов, но и на уровне реализации условий и положений договора. Зачастую недоучет туроператорами тех или иных этнокультурных особенностей трудовой этики страны приема может стать непреодолимым препятствием на пути успешной реализации заявленных пунктов туристской программы.

Анализ перечня предложений отечественных туристских фирм, занимающихся этнографическим, по сути — эколого-этнографическим туризмом, ясно показывает, что диапазон представленных туристских продуктов и отдельных программ гораздо шире рамок дефиниции названного вида туризма. Тем не менее профессиональные организаторы, как и прежде, предпочитают пользоваться более узким

определением «этнографический туризм», реже — более предпочтительным термином «этнический туризм», но при этом всячески избегая более объемных формулировок вроде «туризм с этнокультурными целями». В официальных документах, призванных регулировать развитие туристской сферы в России, даже не встречается такой термин, как «этнокультурный туризм». О скромном вкладе этого вида туризма в национальную индустрию путешествий красноречиво свидетельствует факт отсутствия на отечественном туристском рынке широкого спектра туристских фирм, специализирующихся исключительно либо преимущественно на различных подвидах этнокультурного туризма. На сегодняшний день назрела необходимость в признании самостоятельного статуса путешествий с этнокультурными целями.

На протяжении последних десятилетий в различных отраслях мировой гуманитарной науки отмечается повышенное внимание к изучению роли этнического фактора в политической, экономической и культурной сферах. Отечественная наука не осталась в стороне от этого процесса. В частности, ответом на усиление этнического фактора явилось повышенное внимание к вопросам сохранения этнокультурного наследия, самобытности, культурного разнообразия. С учетом огромной социокультурной значимости туризма его всестороннее изучение немислимо без обращения к этнокультурной проблематике.

Этнокультурное видение окружающего мира стоит воспринимать как императив в процессе становления и развития гармоничной личности. Этнокультурная составляющая может стать парадигмой государственных федеральных и региональных образовательных программ. Полагаем, что посредством системы образования, телевидения и других СМИ соответствующие этнокультурные программы способны оказать ощутимое благотворное влияние на подрастающие поколения россиян.

Процесс глобализации объективно способствует расширению всесторонних, в том числе туристских, связей между разными странами, нередко расположенными на значительном удалении друг от друга. Согласно статистике последних десятилетий, доля межконтинентальных поездок среди туристских путешествий неуклонно возрастает. Значительная часть этого потока имеет выраженные культурные мотивы туристской активности. Это косвенно свидетельствует об усилении интереса потенциальных туристов к культуре других стран, в особенности экзотических.

Процесс регионализации, нередко рассматриваемый как некая альтернатива глобализации, также служит делу расширения международных этнокультурных туристских связей. Так, бурно протекающая

интеграция в Европе во многом способствует всплеску туристского интереса европейцев к своим соседям. В частности, у жителей Германии с начала 1990-х гг. обозначилась тяга к активному посещению соседних, близких по культуре стран.

Вместе с тем процессы глобализации и регионализации вызвали к жизни усиление регионального и локального патриотизма. Современная европейская политическая и экономическая жизнь предполагает активное обращение к принципу субсидиарности, покоящемуся на признании особых прав индивидов и локальных общностей (общин). Все это корреспондируется с динамичным развитием в Зарубежной Европе так называемого мягкого туризма, ставшего начиная с 1970-х гг. весьма модным подходом к оценке возможностей и задач по-настоящему современного туризма.