

МОСКОВСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ



**Туризм как фактор развития
города Москвы
и Московской агломерации**

Материалы
научно-практической конференции
Московского городского университета
управления

Правительства Москвы

27 марта 2012 года

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ

**ТУРИЗМ КАК ФАКТОР
РАЗВИТИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
И МОСКОВСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ**

Материалы
научно-практической конференции
Московского городского университета управления
Правительства Москвы
27 марта 2012 года

Москва
2012

С. А. Малышкин	
Двухсотлетие Отечественной войны 1812 года и музейный туризм Москвы и Подмосковья.....	46
А. Г. Бутузов	
Оценка состояния и перспективы развития этнокультурного туризма в Московской агломерации.....	49
Протоиерей Виталий Якимчук	
Религиозная проблематика в туристской деятельности.....	55
В. И. Винокуров	
Комплексное страноведение и международный туризм: проблема компетенции специалистов.....	56
П. С. Романов	
Особенности языковой подготовки специалистов туристской индустрии в городе Москве и Московской агломерации: проблемы и пути совершенствования.....	60
Т. С. Нелюбина	
Международные стажировки как фактор успешной подготовки кадров для индустрии туризма и отдыха города Москвы.....	63
К. И. Билялетдинова	
Взаимодействие работодателя и обучаемых глазами студентов.....	65
А. А. Аликина, С. В. Кочукова, О. А. Радаева, О. В. Столярова, А. С. Яковлева	
Отношение жителей Москвы и иностранных туристов к городу Москве как к туристскому центру России: результаты социологического опроса ..	68
М. И. Трубицина	
Оценка эффективности рекламной кампании Москвы на телеканале BBC World News.....	71
В. В. Скуратовская	
Гостиничное хозяйство города Москвы как фактор развития сферы туризма и отдыха.....	74
В. А. Соболева	
Инватуризм в Москве: современное состояние и перспективы.....	76

современном потрясении. Эта экспозиционная находка архивных записей, воспоминаний определенных дискуссии в музейной среде, в кругах научных работников с экскурсантами точки зрения привлечения посетителей – это чрезвычайно удачное открытие. Но с определенное число зданий, связанных с эпохой Отечественной войны 1812 г. Тем важнее сохранить на века оставшиеся памятники – свидетели событий. И в качестве рекомендации можно высказать следующее пожелание: отметить наиболее интересные из них памятными досками и информационными табличками, на которых кратко обозначить события «Двенадцатого года», связанные с тем или иным экскурсионным объектом.

А. Г. БУТУЗОВ
доцент кафедры технологии и организации
туристической деятельности РГУТиС

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В МОСКОВСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ

Этнокультурный туризм – это совокупность различных форм туристской активности, обусловленных стремлением путешественников к познанию, приобщению к различным этнокультурным феноменам. Термин «этнокультурный туризм» в отечественной науке и практике туристской деятельности вплоть до начала третьего тысячелетия понимался как «поездки, организуемые в места проживания малочисленных народов, не имеющих в РФ своего национально-государственного или национально-административного образования». В таком контексте интерес путешественников ко всему многообразию этнокультурных проявлений искусственно сводится к одному из подвидов этнического и этнографического туризма – аборигенному, т. е. направленному в места проживания этносов, по-прежнему ведущих традиционный, или племенной, образ жизни, с целью приобщения к их культуре.

На самом деле этнокультурный туризм предоставляет широкие возможности, во-первых, для активного обращения к региональному и локальному аспектам проявлений этнической культуры, во-вторых, для прикосновения к традициям давно ушедших в историю этнических групп, и наконец, для фиксации и популяризации жизненного опыта, особых черт природопользования и мировоззрения культурно-маргинальных групп. В пользу необходимости признания самостоятельного и комплексного характера этнокультурного туризма свидетельствует специфика исполь-

действительных, к примеру, в этнографическом или историческом туризме. Кроме того, степень достоверности ревитализации культурных феноменов туристами. Кроме того, с несуществующими этническими группами, нередко вытесняет отожествление рядовых туристов. Но, как ни парадоксально, дефицит достоверных сведений может быть отчасти компенсирован за счет инициативности и фантазии организаторов умелого использования объектов аттракции, правильного подбора анимационных программ.

Воссоздание древних поселений в рамках проектов специализированных тематических парков и широкое использование прилегающих к археологическим памятникам участков территории в качестве объектов аттракции может стать одним из магистральных направлений развития ретротуризма в регионе. Представляется целесообразным размещать специализированные этнокультурные тематические парки, этнографические деревни и парки, информационные и визит-центры близ Москвы, в ее пригородной зоне, но не далее 20–30-километровой зоны тяготения Московской агломерации.

Считаем весьма плодотворной для развития туризма идею популяризации идеи исконной этнокультурной рубежности Московского региона. Более того, в пропаганде этнокультурной исключительности этого обширного пространства стоит несколько сместить акцент на преемственность в развитии древнего и современного населения. Высокая степень политизации и сакрализации, в некоторых случаях демонизации движущих сил и важнейших событий новой и новейшей этнической истории региона могут отрицательно сказаться на восприятии соответствующих этнополитических туров и программ потенциальными клиентами. Другое дело – туры образа жизни, позиционирующие культурные достижения дописьменного периода – мезолитической и неолитической эпох, бронзового и железного веков. Вероятно, подобные этнополитически нейтрально окрашенные туристские продукты, априори предполагающие широкий простор для творческой фантазии организаторов и аниматоров, приобретут некоторую популярность уже в обозримом будущем. Предположительно, едва ли не каждая обитаемая в прошлом территория любого таксономического ранга – от макрорегиона до конкретной местности – с развитой туристской инфраструктурой, эффективным продвижением и благоприятной конъюнктурой рынка может стать «полигоном» для беспрестанного создания и реализации новых туристских продуктов.