

водителями муниципальных образований. — *Научные ведомости БелГУ. Сер. Философия. Социология. Право*, № 10(65). Вып. 9. С. 104-113.

Шакуто Е.А., Санникова Н.Г. 2010. Оптимизация научно-методической работы педагогов колледжа посредством педагогического мониторинга. — *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*, № 8. С. 221-238.

**СУХАНОВА Наталья Евгеньевна** —

*магистрант кафедры политологии и международных отношений Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова.*

*603155, Россия, г. Нижний Новгород, ул. Минина, 31а*

*n.e.sukhanova@yandex.ru*

## РОЛЬ И МЕСТО ТУРИЗМА ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ

### THE ROLE AND THE PLACE OF TOURISM IN FOREIGN POLICY OF RUSSIA

Статья посвящена исследованию туризма как одного из социально-культурных механизмов поддержания международного престижа России, налаживания обратной связи с зарубежной общественностью, инструмента повышения результативности публичной дипломатии России, увеличения ее влияния на международное пространство с помощью своих культурных, исторических и политических ценностей. Грамотное подключение отечественного туристского потенциала в качестве важного дополнения внешнеполитической деятельности страны будет способствовать повышению эффективности ее так называемой «мягкой силы».

**Ключевые слова:** туризм, внешняя политика, публичная дипломатия, «мягкая сила», обратная связь, внешнеполитическая деятельность, туристский потенциал

*The article is devoted to researching tourism as one of the social and cultural means of supporting the international image of Russia, providing the feedback with foreign community, raising the effectiveness of the public diplomacy, and increasing its influence on the international space by means of its cultural, historical and political values. The intelligent use of the Russian touristic potential as an important addition to the foreign-policy activities of the country will contribute to increase of effectiveness of its so-called «soft power».*

**Keywords:** tourism, foreign policy, public diplomacy, «soft power», feedback, foreign-policy activities, tourist potential

Большой интерес в теоретическом и практическом плане представляет вопрос о наблюдаемом процессе постепенного перехода такого вида социальной активности, как туризм, из сферы преимущественно спортивно-оздоровительного и культурно-познавательного пласта социальной реальности в область политики.

Отечественная наука, в т.ч. политическая, еще достаточно далека от признания необходимости исследования данного феномена социальной реальности и формы социальной активности людей. В проблемном поле туризма на сегодняшний день более или менее устойчивую позицию занимает его экономическая

составляющая. Объяснение этому лежит в плоскости совершенно точно фиксируемых экономических затрат и дивидендов, связанных с развитием туристской индустрии. Помимо этого, вплоть до последнего времени туризм совершенно справедливо рассматривался как особая форма социальной активности и форма межкультурной коммуникации. Большей частью смыслы, вносимые в искомое понятие, рассматривались в ракурсе различного вида путешествий, которые сочетали отдых, познание мира, приобщение к культуре и образу жизни других народов. Однако по мере расширения возможностей туристической индустрии по освоению новой культурной среды, установлению контак-

тов с новыми людьми все более очевидным становится тот факт, что туризм аккумулирует экономические, политические, социально-культурные и познавательные аспекты, поднимая на новый уровень осознание человеком своей причастности к окружающему миру. Дело в том, что развитие туризма, прежде всего, связано с организацией социальной среды, максимально полно удовлетворяющей потребности туристов в отдыхе, спортивных мероприятиях, доступности памятников материальной и духовной культуры, безопасности – словом, всего того, что составляет комплекс комфортного, безопасного, полезного. Однако обеспечение стабильности, безопасности, доступности памятников культуры и истории обеспечивается, прежде всего, эффективностью деятельности федеральных и региональных органов власти, их заинтересованностью в развитии туристской индустрии как экономически выгодной, политически, социально и культурно престижной для страны отрасли. Очевидно, что данный аспект организации социальной среды и обеспечения туристских сервисных услуг создает имидж инвестиционной привлекательности территорий, способствует усилению влияния политических факторов на формирование и поддержание конкурентоспособности региона.

Вместе с тем социально-культурная среда, в которой пребывают туристы, – это не только информационное пространство, дающее хотя и временное, но осязаемое удовольствие от соприкосновения с вновь увиденным, услышанным. Социальное пространство туристской сферы – это в значительной степени и прежде всего пространство коммуникативное, субъектами коммуникативного действия в котором выступают туристы, административные органы и институты управления всем комплексом туристской индустрии. Одним из важнейших акторов коммуникативного пространства сферы туризма выступает местное население. Следует отметить, что уже в 70-х гг. XX в. в зарубежной практике туристского менеджмента, маркетинговых исследований, социологии и психологии туризма был накоплен достаточно большой объем материалов, обобщающих полученный опыт организации туристской деятельности, в т.ч. отражающих заинтересованность административных органов государственной власти в разра-

ботке моделей взаимодействия и развертывания отношений туристов с местным населением принимающих стран [Doxey 1975]. В этом плане вызывают интерес исследования Г. Докси (G.V. Doxey) о влиянии развития туристской отрасли на различные эмоциональные и оценочные отношения местных жителей к туристам и туристской индустрии в целом и способах предупреждения конфликтов, возникающих на этой почве [Суханова 2013].

Важно и другое. В настоящий момент все отчетливее вырисовывается тенденция диверсификации туруслуг, складывающаяся под влиянием процессов глобализации. Происходящая трансформация ценностей туризма, приоритеты социальной активности субъектов туристской деятельности смещаются в сторону интеграции отдыха, спорта и деловых отношений. Во всем мире отмечается увеличение числа объектов, способных служить площадкой для проведения мероприятий международного уровня, что обеспечивает достаточно эффективное развитие делового туризма, который на сегодняшний день занимает все более серьезные позиции в туристской отрасли. При этом создание условий для делового и конгрессного туризма, способность региона проводить международные мероприятия различного уровня оказывают благотворное влияние на повышение деловой активности людей, способствуют привлечению инвестиций в регион, внедрению инновационных технологий в развитие туристской отрасли. Все это способствует развитию международных связей, появлению других видов туризма, сервисных услуг, новых форм культурно-коммуникативной деятельности людей, новых рабочих мест и т.д. Культурный обмен может быть ключевым инструментом привлечения внимания к другим направлениям и отраслям экономики. В значительной степени установлению межличностных контактов способствует туризм (деловой, образовательный, экологический, событийный). Образовательные программы, зарубежное вещание, возможность туристических маршрутов в Россию или делового сотрудничества с российским бизнесом – это лишь наиболее очевидные направления, влияющие на эффективность внешней политики России, продвижение бренда России.

В настоящее время в российской внешней политике обозначилась установка на решение актуальных международных вопросов путем переговоров, поиска решений, основанных на доверии, толерантности и взаимном уважении. Дальнейшее развитие РФ требует сочетания различных методов внешнеполитического влияния, одним из которых является публичная дипломатия (*public diplomacy*) – инструмент, с помощью которого государство может рассказать миру о себе. Инвестиции в РИА-Новости, создание телеканала *Russia Today*, создание фонда «Русский мир», «Голос России», победа в борьбе за проведение Олимпийских игр в Сочи, создание Фонда поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова – все это уверенные шаги по усилению «мягкой власти» (*soft power*) страны.

Иначе говоря, речь идет о необходимости широкого применения методов и средств публичной дипломатии для разработки механизмов налаживания обратной связи с зарубежной общественностью. Современное развитие новых информационно-коммуникативных технологий способствует развитию этих возможностей, расширяя поле применения «мягкой силы» как комплекса «инструментов и методов достижения внешнеполитических целей без применения оружия, а за счет информационных и других рычагов воздействия»<sup>1</sup>. Очевидно, что эти же технологии широко применяются и в практике «взращивания и провоцирования экстремизма, сепаратизма, национализма, манипулирования общественным сознанием, прямого вмешательства во внутреннюю политику суверенных государств»<sup>2</sup>. Однако рассматривать эту проблему, на наш взгляд, необходимо с учетом того, что многие научные открытия и технологические достижения используются как во благо человечества, так и для его уничтожения. Именно поэтому современный мир нуждается в разработке и использовании самого широкого комплекса форм взаимодействия с общественностью зарубежных стран не с позиций силы и принуждения, а путем «цивилизованного политико-дипломатического урегулирования конфликтов». Данная установка российской политической док-

трины, четко обозначенная В.В. Путиным в статье, опубликованной в «Нью-Йорк таймс», предполагает формирование основной миссии дипломатии – миротворческой, в связи с чем Россия выступает с рядом инициатив в этом направлении. В декабре 2011 г. в рамках круглого стола, организованного МИДом РФ совместно с Общественной палатой РФ под председательством министра иностранных дел РФ С. Лаврова, прошло заседание попечительского совета Фонда поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова. На заседании было отмечено, что «мировые трансформации, помимо вызовов, открывают и дополнительные возможности. От грамотного подключения потенциала отечественного гражданского общества зависит эффективность так называемой “мягкой силы”, которая используется международным сообществом в качестве важного дополнения и компонента дипломатической работы»<sup>3</sup>.

В этом ракурсе рассмотрения миротворческой миссии российской дипломатии туризм, на наш взгляд, должен стать отраслью, сопровождающей не только экономические, но и политические проекты. Но для этого туризм в стране должен динамично развиваться. Иначе говоря, туризм должен стать средством, социально-культурным механизмом поддержания международного престижа России [Зорин и др. 2002]. При этом очевидно, что только после укрепления взаимного доверия стран можно рассчитывать на приток иностранных инвестиций в разные отрасли экономики России. И в данном контексте развитие туризма как отрасли является показателем безопасности и цивилизованности страны. Но для успешной реализации программ развития туристской отрасли в контексте укрепления доверия в международном сотрудничестве важно изучение и взаимопроникновение культур, знание истории и традиций стран и народов. А это можно осуществить путем налаживания деловых контактов, академических обменов, организации выставок, презентаций, конференций в зарубежных странах – словом, всего того, что прямо или косвенно связано с туристской и сервисной отраслью.

<sup>1</sup> Путин В.В. Россия и меняющийся мир. – Сайт Владимира Путина. Доступ: <http://putin2012.ru/#articl-7>

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Выступление министра иностранных дел РФ С.В. Лаврова на заседании Попечительского совета Фонда поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова. Москва, 26 декабря 2011 г. Доступ: <http://gorchakovfund.ru/news/7956/>

Как показали события последних лет, в ряде стран военные методы решения политических и экономических проблем (к примеру, в Иране, Ираке, сейчас – в Сирии) практически уничтожили туризм как форму межкультурной коммуникации, способствующей формированию положительного, т.ч. политического образа этих стран в общественном мнении международной общественности. Если бы не военные конфликты, то перспективным направлением развития туризма можно было бы считать арабское направление, в т.ч. сирийское. Дело в том, что согласно археологическим данным Сирия является колыбелью большинства древних цивилизаций мира. На ее территории находится более 10 тыс. исторических объектов, около 600 из которых относятся к памятникам исторического периода до нашей эры. Сирия – это большой музей, где осталось множество различных памятников цивилизаций, существовавших с незапамятных времен. Многие памятники внесены в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО и превращены в музеи под открытым небом. Все это создает неповторимый колорит туристического объекта и способствует высокой туристической заинтересованности в посещении Сирийской Арабской Республики. В то же время число посетителей исторических памятников и сирийских музеев даже в мирное время было весьма скромным и не соответствовало огромному культурно-историческому потенциалу региона. Так, общее число посетителей сирийских музеев в 2009 г. составило всего лишь 685 тыс. чел. Для сравнения, в Иордании – стране, граничащей с Сирией, число туристов, посетивших только один объект – город Петру, в 2009 г. составило 708 681 чел.

В Сирии же с начала конфликта в марте 2011 г. доходы от туризма упали на 94%, хотя еще в 2010 г. они составляли 2,3 млрд евро.

В качестве примера восстановления доверия и понимания выгоды от развития туристской отрасли можно привести раз-

витие туризма в Чеченской Республике. Правительство РФ создало туристско-рекреационную особую экономическую зону (ОЭЗ) «Ведучи» на территории Итум-Калинского района Чеченской Республики и включило ее в состав туристического кластера «Курорты Северного Кавказа». Поток туристов в Чеченскую Республику растет из года в год<sup>1</sup>. Как сообщила эксперт комитета правительства Чечни по туризму Элина Батаева, согласно данным транспортных компаний, гостиниц и единственной туристской фирмы, занимающейся обслуживанием приезжих туристов внутри Чечни, «количество приезжих граждан по соотношению 2010 и 2011 года увеличилось на 15 процентов»<sup>2</sup>.

В последние годы Россия добилась существенного успеха в восстановлении своего внешнеполитического потенциала, и развитие публичной дипломатии должно стать одной из основ усиления российской «мягкой власти» и увеличения влияния на мировую политику. В международной жизни России все большую роль стала играть политика «мягкой силы». Способность государства и общества оказывать влияние на международное пространство с помощью своих культурных, исторических и политических ценностей все более вплетается в канву приоритетных направлений внешнеполитической деятельности страны, а следовательно, все более набирает силу сфера публичной дипломатии. И в этом контексте туризм все в большей степени должен становиться инструментом решения проблемы налаживания обратной связи с зарубежной общественностью, что расширяет возможности информирования последней о действительной позиции Российского государства и общества.

<sup>1</sup> Туризм в Чечне. Вчера, сегодня, завтра. Доступ: <http://elinium.livejournal.com/71602.html>

<sup>2</sup> Туризм в Чечне: проблемы и перспективы развития. – Информационное агентство «Грозный-Информ». Доступ: [www.grozny-inform.ru](http://www.grozny-inform.ru)

### Литература

Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. 2002. Стратегия развития туризма в России. – *Туризм как вид деятельности*. М.: Финансы и статистика, 166 с.

Суханова Н.Е. 2013. Актуальные проблемы организации социальной среды туризма. – *Власть*, № 7. С. 46-49.

Doxey G.V. 1975. A causation theory of visitor-resident irritants' methodology and research inferences. – *Proceedings of the Sixth Annual Conference of the Travel Research Association*. San Diego CA: Travel and Tourism Research Association. P. 195-198.