

Чжун Сяньвэй

## К изучению культурологии туризма<sup>1</sup>

### Primary Research on the Theory of Tourism Culture

---

С развитием туристической отрасли культура туризма все больше попадает в поле зрения науки. Культура и туризм взаимно переплетаются и с развитием человечества сами требуют нового развития. Культура туризма играет важную роль в гуманитарном образовании и эстетике, в области экономики и культурного обмена. В статье прослежен процесс развития культуры туризма.



With development of tourist branch the culture of tourism gets in sight of sciences more and more. The culture and tourism are mutually bound and with development of mankind demand new development. The culture of tourism plays the important role in arts education and aesthetics, in the field of economy and a cultural exchange. In the article development of culture of tourism is tracked.

---

## I

### Важность изучения культурологии туризма

Современный мир уже вступил в информационную эпоху, третья сфера производства превратилась в ведущую. Туристическая отрасль стала важной составной частью третьей сферы и играет все более важную роль в жизни общества. Досуг, туризм, обмены неотъемлемы от образа жизни современного человека и одновременно являются специфической особенностью современной культуры. Поэтому при изучении туризма нельзя не обращать внимания на его культурную функцию.

Конечно, туристы, путешествуя по горам, водным просторам, лесам и полям, в полной мере наслаждаются красотами природы. Туристическая же отрасль стала одним из видов производственной деятельности, непосредственно связанной с бизнесом. Однако туризм – это и культурная деятельность, один из видов взаимодействия человека и природы, при котором турист получает психическое и духовное удовлетворение. Маркс говорил: "Даже прекрасный пейзаж не может тронуть тоскующее сердце бедняка"<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Статья была опубликована в журнале "Шэхуй кэсюэ чжаньсянь" ("Фронт общественных наук"). 2006. № 4, (г. Чанчунь, КНР). Перевод с китайского Н.П. Рябченко.

<sup>2</sup> Маркс К. Экономико-философские рукописи 1844 года. Б.м., Издательство "Жэньминь чубаньшэ", 1979. – С. 79. (Кит. яз.)

То есть туризм – это свободная, не преследующая каких-либо выгод деятельность человека, избавленного от жизненных тягот, соединяющая в себе развлечения, учебу, эстетику. Горы, воды, леса, поля сами по себе – это природа, но любованье ими – это уже культура. В чань-буддизме есть высказывание, гласящее, что в начале созерцания посмотришь на гору – гора, посмотришь на воду – вода; при углубленном взгляде гора – уже не гора, а вода – не вода. Туристическое знакомство с достопримечательностями по смыслу сходно с созерцанием. Пейзаж, который видит турист, это уже не просто пейзаж, но его эстетическое восприятие.

Культурология туризма под углом зрения культуры изучает систему знаний о туризме, что позволяет дополнительно исследовать его содержание как объекта культуры. Она является одним из направлений изучения культуры бизнеса, соединяет в себе изучение туризма и культуры, а также способствует дальнейшему развитию и углублению туризмологии. Став туристом, начинаешь понимать туризм как зритель, но если знаешь не только туризм, но и культуру, только тогда ты настоящий турист и можешь называться путешественником. Точно так же, изучая только туризм, можно стать руководителем или знающим бизнесменом в этой отрасли, но только изучив туризм и культуру туризма, можно стать настоящим специалистом.

Вступив в эпоху глобализации, люди стали стремиться побывать всюду. На самом деле, еще в эпоху великих географических открытий люди уже везде бывали. Отличие только в том, что в то время "необходимость поиска путей для непрерывно расширяющегося сбыта товаров гнала капиталистов по миру"<sup>1</sup>, а сейчас людей со всего мира привлекают оригинальные природные ландшафты, чарующая сила разных культур. С каждым днем все более очевидным и важным становится транскультурное влияние туризма. Хантингтон уже предрекал, что XXI в. будет веком "столкновения цивилизаций". В начале XXI в. огонь войны озарил горизонт, множество цветов жизни осыпались в море крови. Мы знаем, что туризм не в силах превратить войны в прекрасные шелка, но он может, непрестанно расширяя обмен между людьми разных культур и социальных систем, укреплять взаимопонимание. Это еще больше утверждает в нас понимание важности изучения культуры туризма.

## II

### Диалектические связи туризма и культуры

Туризм является формой человеческой деятельности, вмещающей в себе физические усилия и отдых. Важны как физические усилия, так и любованье красотами. С развитием человеческого общества рост уровня жизни постепенно ведет к замене туризма, требующего физических усилий, досуговым туризмом. Фактически это является существенным прогрессом при переходе от царства необходимости к царству свободы. Также с каждым днем расширяется участие различных социальных слоев в тури-

<sup>1</sup> Собрание сочинений К. Маркса и Ф. Энгельса. Б.м., Издательство "Жэньминь чубаньшэ", 1994. Т.1. – С. 276. (Кит. яз.)

стической деятельности. В результате все шире становится совпадение и взаимопроникновение объективного мира и субъективного мира человека, преодолеваются границы и соединяются культурные пространства. Непрерывно происходит нахождение общего языка с иным культурным окружением. Тем самым повышаются эстетические возможности туризма и единство многообразного человеческого общества.

Культурная сущность туризма определяется сущностными свойствами человека. Преодолевая границы природы, стремясь к свободе, совершенству, он от рождения обладает движущей силой "выхода во вне", желанием "преодолевать границы". В этом своем естественном стремлении человечество прошло два этапа. Первый этап был связан с преодолением границ природы. Происходило формирование культуры. Чтобы избавиться от гнета и оков природы, человечество постоянно стремилось к повышению качества жизни, изменяло условия своего существования, формировало культурные стандарты и создало искусственную среду – культурную природу. Второй этап – возврат человека к природе. Люди, творя собственную культуру и живя в быстром темпе, при существующих правилах и порядках с течением времени стали испытывать чувство внутреннего разочарования, тревоги, напряжения. И это потребовало возврата к природе, чтобы вновь раскрыть человеческую натуру и создать ей благоприятные условия, чтобы достичь еще более высокого уровня свободы и совершенства.

Поскольку человеческое общество является основой, порождающей свободу и развитие, и одновременно оно ограничивает свободу человека и связывает его, культура туризма зарождается и развивается в движении обоих противоречий – человеческого общества и человеческой свободы. Будь то преодоление границ природы в первобытном обществе или современное стремление к возврату к природе – всё это сущностные проявления стремления человечества к свободе и развитию. Наши предки, находясь в окружении девственной природы, считали свободой возможность вырваться из ее пут. Прорвав это окружение, они начали формировать все более сложное общество. Однако когда оно сформировалось, в нем появились общественная мораль, производственные связи, политические организации, которые окутали каждого его члена новыми путами. Особенно индустриальное общество, где темп жизни быстрый, усиливается загрязнение окружающей среды, вынуждает человека все сильнее стремиться "вернуться к природе". Как раз здесь кроется причина быстрого развития туризма и появления культуры туризма. В процессе движения от преодоления границ природы к возврату к ней полностью проявились качества самого человека, его стремление к свободе.

Различия природных и социальных условий, географического положения формируют различные национальные культуры и обычаи. Разными путями происходит обмен между этими культурами, что может порождать выход за пределы первоначальной культурной среды и преодоление ее границ, позволяет на личном опыте и в сравнении постигать культурные различия. Фактиче-

ски туризм как раз и является поиском этих культурных различий и обменом между культурами. Ради этого люди временно покидают свое прежнее место жительства и культурную среду и стремятся найти новое содержание культуры. Поэтому мы также можем говорить, что туризм – это преодоление пространственных границ. Для человека свойственно стремление к свободе и совершенству, культура является результатом этого стремления, а туризм соединяет и сплавляет разные культуры.

Поэтому мы можем сказать, что культура туризма является результатом процесса "гуманизации", при котором туризм выступает в качестве посредника между субъектом и объектом, а также процесса развития культурной личности, стремления человеческой природы к свободе, к освобождению человеческой индивидуальности. Культура туризма есть комплексный вид культуры, в которой главной линией является совершенствование качеств субъектов туризма. В своем стремлении к свободе человеческой природы и освобождению человеческой индивидуальности, созданию совершенной культурной личности и национального характера они преодолевают естественные границы и возвращаются к природе.

Культура туризма как система представляет собой ряд систем культурной деятельности, формируемых туристами в путешествиях, и их связей. Они являются процессом формирования и синтеза социокультурной среды, включающей в себя в качестве звеньев местные условия, социальное окружение, субъекты, опосредования, объекты и цели туризма.

Все звенья культуры как системы взаимообусловлены и влияют друг на друга. Субъект туризма главенствует над объектом, превращая ранее уже существующий природный ландшафт в туристический объект, который в то же время сам по себе является не объектом, а частью природы. Только появление субъекта, особенно обладающего эстетическими представлениями, включает объект в единый круг культурной системы туризма. Туристические объекты, кроме мира природы, также включают достопримечательности, связанные с культурной деятельностью человека. Туристические объекты способствуют эстетическому развитию субъектов туризма и формированию их личности. Но между субъектом и объектом также существуют взаимообусловленные связи. Субъект желает покорить объект, чтобы любоваться его красотами, а объект противостоит субъекту. Субъект и объект образуют единую противоречивую систему культуры туризма.

Опосредующая роль туризма является неизбежным результатом противоречия, возникающего между стремлением субъекта к свободе и ограничивающими ее объективными условиями. Человечество в процессе покорения природы сталкивалось с бесчисленными трудностями, но оно не отступало. Для преодоления трудностей путешествий в качестве посредника раньше полагались на почтовые станции, потом туристические и авиакомпания, которые позволяют субъектам туризма быстро достигать целей своего путешествия.

Туризм – это не только процесс продвижения и формирова-

ния естественных связей между субъектом, объектом и посредником, но и возникновение с каждым днем становящихся все более тесными связей с социальным окружением в местах, являющихся целью путешествия. В результате туристическая деятельность постепенно влияет на объекты местного социального окружения. Прибыв на место, туристы исходят из условий местной культуры, видят, что она эффективно функционирует в местном обществе. Это их привлекает, и они впитывают ее. В то же время модель культуры прибывших туристов оказывает влияние на местную социокультурную среду.

Между всеми внутренними элементами системы культуры туризма существует взаимозависимость и внутренние противоречия, что заставляет эту систему поддерживать свое равновесие и стабильность, укреплять внутренние связи.

### III

#### Специфика культуры туризма и её функции

##### 1) СПЕЦИФИКА КУЛЬТУРЫ ТУРИЗМА

###### *1. Подвижность и транслирование*

Особенности культуры туризма являются ее системными особенностями. Под действием стремления субъектов туризма к свободе непрерывно происходит преодоление границ двух и более культурных пространств и социального окружения, изменяется структура самого туризма как посредника.

Изменение системы культуры туризма имеет две особенности. Первая – ее подвижность. Так как для туристов свойственен неустанный дух поиска и преодоления границ, это заставляет их самих быть в движении и приводит в движение все звенья культурной системы туризма, соединяет культуру территории, откуда они прибыли, их собственную культуру, культуру туризма как посредника и культуру места, являющегося целью путешествия. Вторая особенность – транслирование. Туристы, являясь носителями определенной национальной и региональной культуры, разносят ее по миру. Китайские туристы являются носителями и продолжателями пятитысячелетней цивилизации, западные туристы – очень древней европейской цивилизации. Передвигаясь, туристы несут свою культуру и транслируют ее. Одновременно они подвергаются влиянию других культур и могут транслировать культуры, с которыми соприкасаются, сталкиваются, обмениваются и сплавляются.

###### *2. Связь с эпохой*

В разные эпохи различались представления о субъектах туризма и образе их действий. Древние китайцы были замкнуты, как бы обращены внутрь себя, а современные туристы, особенно молодые, проявляют открытость характера. В древности отдыхающими туристами были, в основном, верхние слои аристократии, а сейчас наоборот – массы простого народа. Эстетические

критерии также различаются: древние могли не обращать внимания на красивые пейзажи, для современного человека об этом не может быть и речи. Таким образом, специфика туризма, связанная с эпохой, вполне очевидна.

### *3. Связь с национальностью*

У различных национальностей различаются как культура туризма, так и модели поведения. Например, китайские туристы внутренне более собранные и спокойные, а западным больше свойственен дух авантюризма. Китайцы основное внимание уделяют внутренним переживаниям, а западный человек – изучению внешнего мира. Китайцев больше привлекает нравственное воздействие туризма, западный человек привержен ценностям знания, духу науки.

### *4. Социальность*

Социальные особенности указывают на социальные различия туристов, их культурных представлений и специфику моделей поведения. Туристы, принадлежащие к одному обществу, но разным его слоям, имеют различный уровень доходов, образования, разные профессии, бытовые условия, отличаются по наличию свободного времени, что формирует их представления о туризме и его характере. Но не все туристы и не во всем соответствуют своим социальным слоям.

## 2) КУЛЬТУРНЫЕ ФУНКЦИИ ТУРИЗМА

### *1. Воспитательная и эстетическая функции туризма*

Туристы в своем стремлении к свободе и красоте постоянно включают большую природу в свое эстетическое поле зрения. Созерцая прекрасные природные ландшафты, знакомясь с историческими достопримечательностями, местными нравами, обычаями, культурой питания, они всесторонне активизируют и расширяют поле зрения, повышают свой эстетический уровень. Еще только собираясь в путешествие, они стараются узнать больше о местах, в которые отправляются, существующем там образе жизни. Практика показывает, что туризм способствует росту культурных знаний людей, повышает уровень их культурного воспитания.

В культуре, сформировавшейся за несколько тысяч лет, многие природные ландшафты уже приобрели морально-нравственное значение, стали олицетворением прекрасных или дурных человеческих качеств. Любуясь прекрасными видами, туристы в то же время воспринимают и их нравственный колорит. Например, путешественники, отправляющиеся на Пик богини у Трех ущелий на р. Янцзы, попутно узнают об отношении богини к любви, браку. Их трогает ее верность. Увеселительная прогулка на р. Хуанхэ важна тем, что кроме впечатления от мощи взды-

мающихся к небу мутных волн, эта река имеет символическое значение. Она вдохновляет тем, что является колыбелью китайской цивилизации и рекой-матерью китайской нации. Это раздвигает горизонты мысли, усиливает горячую любовь к просторам Родины.

Важной целью туристической деятельности является переживание чувства прекрасного, а прекрасное как раз содержится в объектах культуры туризма, которые являются его источниками. Эти источники во всех странах и регионах мира имеют свою специфику. Туристы, путешествуя по известным местам, получают впечатление от природных красот. Все народы мира имеют свою особую народную культуру, и туристы имеют возможность почувствовать специфическую прелесть народных обычаев.

### *2. Коммерческая ценность и экономическая функция туризма*

Коммерческая ценность и экономическая функция культуры туризма проявляются в стимулировании потребления и увеличении поступления иностранной валюты. В стимулировании потребления туризм выступает, прежде всего, в роли посредника, а туристический бизнес является центральным понятием современного туризма. Чем лучше культурные задатки менеджеров туристического бизнеса и персонала торговли и обслуживания, связанные с понятиями идей, ценностей, профессиональной этики, тем полнее будут удовлетворены культурные запросы и эстетические чувства туристов, а их бодрое и радостное настроение обязательно будет усиливать их потребности. Из этого следует исходить, занимаясь сбытом. Кроме того, росту сбыта в туризме могут способствовать освоение его культурных ресурсов и ценностей.

Международный туризм обладает огромным потенциалом получения иностранной валюты. Как только зарубежные туристы въехали в страну, принимающая сторона начинает сбывать им товары, предоставлять услуги, получая взамен иностранную валюту. Освоение культурных ресурсов туризма, развитие международного туризма являются важными путями увеличения валютных поступлений государства.

### *3. Функция культурного обмена*

Туризм имеет функцию культурного обмена, который может усиливать у народа чувства патриотизма, национальной гордости, укреплять взаимопонимание народов, дружеские связи, способствовать сохранению и развитию национальной культуры, поддерживать социальное процветание и стабильность.

Патриотизм является высоким, прекрасным чувством, он глубоко укоренен в душе народа, выражает гордость и самоуважение нации. Китай – крупная туристическая держава, у него большая территория и богатый материальный мир, древняя история, прекрасные горы и реки, множество памятников старины. Он очень богат как естественными, так и гуманитарными тури-

стическими ресурсами. Туристы, поднявшись на гору Тайшань, могут с пафосом "с высочайшей вершины одним взглядом охватить множество малых гор". Бродя по дворцу Гугун, могут с удивлением воскликнуть при виде ни с чем не сравнимой китайской национальной архитектуры. В общем, туристическая деятельность вовсе не является мгновенной встречей и расставанием туриста с туристическим объектом, а представляет собой разновидность деятельности по культурному обмену, и чем больше будет своих и иностранных туристов, тем сильнее будут патриотизм и национальная гордость народа.

Туризм также может путем установления различных контактов способствовать обмену идеями, чувствами, преодолению односторонних взглядов и недопонимания, возникших в результате длительной разобщенности, стимулировать культурный обмен между всеми странами.

Каждая страна, каждая нация имеют достойные гордости национальную культуру, историческое наследие, традиции, обычаи, прекрасное искусство. Эти культурные ресурсы являются самым ценным богатством туристического дела. Их научное освоение и использование важно для сохранения и развития национальной культуры. Для туризма не только выгодно восстанавливать и охранять исторические памятники, сооружения, культуры, которые могут исчезнуть, он также может сыграть положительную роль в развитии национального искусства.

#### IV

#### Исторические изменения культуры туризма

Исторический процесс развития культуры туризма – это процесс создания материальной и духовной цивилизации человечества, а также процесс формирования личности субъекта туризма. А потому, не поняв исторических изменений культуры туризма, невозможно глубоко проникнуть в ее суть и разобраться в деталях, нельзя всесторонне, конкретно рассмотреть культуру туристической деятельности.

Развитие культуры туризма прошло три этапа: 1) до XIX в. – старый туризм; 2) с XIX в. до Второй мировой войны – культура туризма нового времени; 3) после Второй мировой войны – современная культура туризма.

##### 1. СТАРАЯ КУЛЬТУРА ТУРИЗМА

В ранний период человеческой деятельности туризм имел только характер работы. Совершая путешествие, главным в котором была трудовая функция, мудрецы древности нарушали устойчивую модель совместного проживания людей, создавали новый тип их жизни, связанный со своего рода вторжением в большую природу.

Во-первых, связанные с трудовой деятельностью путешествия порождались потребностями человеческой деятельности и ее развития. В древности типичной формой таких путешествий были инспекционные поездки монархов. С появлением государства и формированием классов монархия стала символом высшей го-



сударственной власти, а инспекционные поездки стали формой контроля над приграничными территориями и способом сохранения правящей династии. Используя тогда еще только накапливающиеся человеческие и финансовые ресурсы, они проводили инспекционный осмотр покоренных земель, чтобы укрепить свой контроль над приграничными территориями. При этом также осуществлялось духовное господство в Поднебесной путем жертвоприношений небу и земле, духам или предкам или осуществлением какой-то другой деятельности. Вместе с зарождением и развитием туризма появились туристические мероприятия и посредники. Прокладывались дороги, строились гостиницы, появлялись различные структуры. Велось крупномасштабное строительство и ремонт дорог для инспекционных поездок монарха. Одновременно со строительством появились система и сфера туризма. Правитель для укрепления своей политической власти также устанавливал систему массовых поездок и путешествий для нижних слоев общества.

Во-вторых, туризм, связанный с трудовой деятельностью, вызвал появление досугового туризма. Так, охота, относившаяся ранее к трудовой деятельности, позднее стала развлечением для высших слоев общества, отражением неукротимого импульса человеческой природы к свободе. Начали создаваться специальные туристические объекты для высших слоев общества – ландшафты, парки. С дальнейшим развитием туризма другие социальные слои начали втягиваться в занятие досуговым туризмом.

В-третьих, социальные нормы и этические представления начали определять стандарты досугового туризма. В результате распространения досугового туризма среди части людей, особенно среди верхних господствующих слоев, которые дали себе волю в развлечениях, это начало мешать укреплению социальной стабильности в стране. Поэтому государство стало устанавливать этические нормы и систему приличий при развлечениях, тем самым, предостерегая людей от наркотических "пагубных пристрастий". Культура туризма в древности была в основном упорядочена. Таким образом, туризм, связанный с трудовой деятельностью, утвердился, а досуговый, хотя и получил признание, но был ограничен этическими и системными нормами. Субъектами туризма были власть имущие высшие слои общества, а широкие массы простого народа были привязаны к земле. Объекты, посредники и система туризма – все это, вплоть до нравов, обычаев и других факторов, зависело от деятельности субъектов туризма, их нравственных устремлений, и формировало соответствующие этические особенности.

## 2. КУЛЬТУРА ТУРИЗМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

В новое время культура туризма расцвела. Кроме продолжения прежних традиций и развития самого человечества, в очень большой степени это было связано с великими географическими открытиями и прогрессом транспорта, произошедшего в результате европейской промышленной революции. Многие

практические и теоретические результаты культуры туризма также были получены в этот период.

Изобретение паровоза, увеличение скорости и размеров паровозов позволили перевозить еще большее количество туристов на сравнительно большие расстояния. Это расширило сферу деятельности туризма, пополнило и укрепило его материальную базу и способствовало привлечению туристов. Промышленная революция подняла производительные силы, способствовала социально-экономическому процветанию общества, накоплению его богатств, в результате еще больше людей смогли оплачивать туристические расходы. Победа рабочего класса в борьбе за получение оплачиваемого отпуска дала возможность более широким слоям народа отправляться в путешествия. Но в то время еще мало у кого был опыт заграничных путешествий, недоставало знаний о положении в других странах. Препятствия, связанные с языком и валютами, также доставляли немало хлопот. Людям нужна была помощь в таких вопросах. Тогда проникательный и дальновидный англичанин Томас Кук основал организационную структуру, призванную удовлетворить эти потребности. В 1865 г. была официально учреждена компания Томаса Кука, что символизировало рождение туристического бизнеса нового времени. Так началось всестороннее формирование системы культуры туризма.

Чтобы иметь возможность принимать большие группы туристов, во многих лучших и достопримечательных местах мира стало стремительно развиваться туристическое дело, особенно вблизи городов, где имелись горные ландшафты, и на морском побережье. Тут же стали проводиться различные развлекательные мероприятия и появились предприятия обслуживания. Коммерческий дух культуры туризма с каждым днем усиливался. Когда разразилась мировая война, приведшая к невиданным прежде перемещениям населения, это в значительной мере стимулировало развитие экономики туризма. Множество обслуживавших военные нужды структур после войны стали служить нуждам туризма, развлечений и отдыха. Именно в это время значительно усилился досугово-развлекательный туризм.

Великие географические открытия и появление заморских колоний разрушили прежнюю замкнутость и обособленность государств. Туристов уже не удовлетворяло знакомство с достопримечательностями только своей страны, они стремились выехать за рубеж, чтобы там любоваться красотами и осматривать достопримечательности. Прогресс в изучении природы и культурно-антропологические исследования значительно активизировали интерес туристов к культуре зарубежных стран, стимулировали распространение культур и культурные обмены. Поэтому в мире стал всесторонне развиваться межкультурный туризм, мода на него не ослабевала.

### 3. СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА ТУРИЗМА

В культуре туризма с древности и до настоящего времени постепенно усиливается его развлекательная составляющая. Ма-

териально жизнь современного общества очень богата, в нем укрепляются представления о свободе, демократии и на смену прежним побудительным мотивам полезности туризма приходит его развлекательность. Темп жизни современного общества стремителен, жизнь в крупных городах напряженная, соответственно, туристы хотят духовно расслабиться. Все чаще они останавливают свой выбор на районах, где экономика развивается медленно и сравнительно мало загрязнений, а природные ландшафты гармоничны человеку.

Так как в современном обществе запросы субъектов туризма растут, то предоставляемые им средства транспорта, связи и сервиса становятся все более быстрыми и удобными, безопасными, гигиеничными. В результате ускоряется обновление и прогресс в области туристической продукции и обслуживания.

С развитием общества в туристической деятельности появилось множество отрицательных сторон. С одной стороны, туристы в принимающих странах и регионах оказывают влияние на общественный порядок, ценностные ориентации, цены и уровень потребления. С другой стороны, высокая плотность туристических потоков разрушающе действует на древние памятники культуры, состояние окружающей среды, а также стимулирует наплыв контрафактных товаров. Как планировать и контролировать рынок туризма, сокращать отрицательные влияния, которые он несет – все эти вопросы требуют изучения и решения.

## V

### Тенденции развития исследований культуры современного туризма

В современном обществе вместе с наступлением экономической глобализации и культурного плюрализма в культуре туризма проявилось переплетение противоречивых тенденций. Их столкновение и единство неизбежно серьезно влияют на развитие культурологии туризма. Культурология должна соответствовать этим тенденциям и давать положительный эффект в подготовке кадров и учебных курсов. В настоящее время это выражается в следующих нескольких аспектах.

#### 1. ПРИКЛАДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Культурология туризма по своему типу является базовой дисциплиной со значительной теоретической составляющей. С точки зрения ее исследовательских целей, специфики и роли она также является в значительной мере прикладной и практической специальной дисциплиной. Изучение культуры туризма с самого начала имело главной своей целью стимулировать развитие туризма. Поэтому она неизбежно обладает практическими и прикладными свойствами, и эти ее особенности в дальнейшем могут усилиться.

#### 2. ТЕНДЕНЦИЯ К РАСШИРЕНИЮ

С одной стороны, происходит быстрое расширение собственной сферы исследований, формирование их ответвлений путем проникновения в обширную область туристической деятельности.

Например, культурология туристического потребления, туристической эстетики, предприятий туризма. С другой стороны, культурология туризма впитывает результаты исследований других наук, пополняет и совершенствует собственную теоретическую систему, а затем, используя свои теоретические методы, обновляет познания в области экономики и психологии туризма, управления туристической деятельностью, вскрывает более глубокие явления, побуждает туризм развиваться вглубь.

### 3. ТЕНДЕНЦИЯ НАУЧНОСТИ

Следуя за научно-техническим прогрессом, исследования культуры туризма будут все больше применять современную информационную технику, путем использования эмпирических исследований быстро находить решения, касающиеся сложных явлений культуры, что позволит решать неразрешимые прежде проблемы, в отношении которых в прошлом можно было провести только количественный и качественный анализ.

### 4. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРОЛОГИИ ТУРИЗМА КАК УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Культурология туризма будет двигаться от периферии науки к центру, ее место как учебного предмета определится и станет более прочным, а сам этот предмет будет и дальше совершенствоваться и развиваться. Поэтому ученые должны обобщить результаты и наметить перспективы исследований в этой области, как в стране, так и за рубежом, создать научную систему культурологии туризма, имеющую китайскую специфику, продвинуть вперед здоровое развитие дела туризма в нашей стране.

