

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**НАСЛЕДИЕ ХУДОЖНИКОВ-ПЕРЕДВИЖНИКОВ В РАЗВИТИИ
ТУРИЗМА ВПЕЧАТЛЕНИЙ В РОССИИ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 421 группы

направления 43.03.02 – Туризм

Института истории и международных отношений
наименование факультета, института

Шатохиной Ирины Дмитриевны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

О. В. Королева
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

профессор, д.э.н., профессор
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т. В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2022

Введение. В связи с возродившимся интересом к внутреннему туризму актуальным становится вопрос о представлении различных действенных предложений, направленных на развитие данного сектора – туризма в России.

Главный проблемный вопрос исследования: «что можно предложить в качестве привлекательного для туриста варианта оригинального путешествия по России?». Наследие знаменитых русских художников-передвижников может стать отличной основой для создания нового, нестандартного туристского продукта. Путешествия по местам памяти и творчества художников примечательны тем, что они вбирают в себя как элементы классических и привычных всем нам туров (например, познавательного), так и какие-то необычные, интересные детали (например, ландшафтотерапию).

Тема данной бакалаврской работы является актуальной, поскольку на современном этапе развития туристической сферы главное для её успешной деятельности – это незабываемые впечатления и яркие эмоции туриста, приобретенный в поездке опыт. Именно эти элементы являются основными мотивами для человека в подготовке к путешествию. В связи с этим проект путешествий по местам памяти художников-передвижников представляется перспективным в рамках развития внутреннего туризма.

Степень изученности. Джеймс Х. Гилмор и Джозеф Б. Пайн¹ в своём знаменитом труде «Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена» определяют экономику впечатлений как новую экономику, ориентированную на ощущения потребителей. Также ярко выделяется личность датского футуролога Ролфа Йенсена². Он полагает, что людям станут жизненно важны эмоциональные стимулы. В научных статьях А.Ю. Александровой³ и

¹ Пайн Д.Б., Гилмор Х.Д. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Д.Б. Пайн, Х.Д. Гилмор. -М.: Вильямс, 2005. -304 с.

² Йенсен Р. Общество мечты. Как грядущий сдвиг от информации к воображению преобразит бизнес. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002. – 272 с.

³ Александрова А. Ю. Новейшее представление о сфере туризма как системе [Электронный ресурс] / А.Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма [Электронный ресурс]. – 2014. – № 1. – С. 24-38. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/noveyshee-predstavlenie-o-sfere-turizma-kak-sisteme> (дата обращения: 16.01.2021). - Загл. с экрана. - Яз. рус.

М.Д. Сущинской¹ авторы рассуждают на тему трансформации туризма в эпоху впечатлений. Одним из основных источников информации о личности, жизни и творчестве художников выступали познавательно-просветительские журналы «Художественная галерея» и «50 художников. Шедевры русской живописи» под редакцией ООО «Де Агостини». При написании бакалаврской работы были использованы электронные Интернет-источники, в том числе интернет-форумы, официальные сайты культурных заведений (музеев) и изданий, различные туристические порталы, блоги и т.п.

Новизна данной бакалаврской работы заключается в комплексном исследовании биографий и творческих работ художников-передвижников для выявления аттрактивных для туристов дестинаций (мест памяти художников). Вовлечение наследия художников-передвижников в туристическую сферу весьма перспективное направление - эта ниша в российском турбизнесе еще не занята.

Цель данной бакалаврской работы состоит в изучении практик и перспектив вовлечения наследия художников-передвижников в развитие туризма впечатлений в России.

В рамках достижения цели были выдвинуты следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты туризма впечатлений как тренда в развитии международного туризма;
- выделить организационные особенности туров впечатлений;
- проанализировать спрос на туры впечатлений и их предложение на туристском рынке;
- изучить географию творчества художников-передвижников;
- исследовать пути вовлечения наследия и мест памяти художников-передвижников в сферу туризма;

¹ Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме [Электронный ресурс] / М.Д. Сущинская // Известия Санкт Петербургского государственного экономического университета [Электронный ресурс]. - 2012. - С. 107-111. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-modeli-turizma-v-pechatleniy-v-kulturnom-turizme> (дата обращения: 20.01.2021). - Загл. с экрана. - Яз. рус.

- проследить пейзажный образ России в творчестве художников-передвижников, а также понять, как пейзажные картины могут выступать туристским мотивом;
- предложить практическую разработку, которая будет способствовать продвижению наследия художников-передвижников в туристическом пространстве России.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в разработке электронной интерактивной туристической карты «По местам памяти и творчества художников-передвижников», которая поможет туристам самостоятельно выбрать наиболее интересные им дестинации.

Данная работа состоит из введения, трех глав, первая из которых включает в себя три параграфа, остальные – по два параграфа, заключения и списка использованной литературы.

Основное содержание работы. В первой главе «Туризм впечатлений и потребительское поведение» описаны теоретические аспекты туризма впечатлений, а также проанализировано поведение туристов при выборе вида и наполняемости путешествия. В параграфе «Туризм впечатлений как тренд в развитии международного туризма» представлены предпосылки и причины развития туризма впечатления во всем мире.

В современных научных исследованиях туризма всё большее распространение получает утверждение, что основной целью предоставления услуг является создание запоминающегося туристского опыта и получение незабываемых впечатлений.

Туристские впечатления становятся не только дополнением к предлагаемому турпродукту, но и самостоятельным продуктом, имеющим определённую потребительскую ценность. Производитель должен создать такое предложение, которое бы в полной мере удовлетворило искушенных потребителей. Именно об этом впервые заговорили американские ученые и практики бизнеса Д. Пайн и Д. Гилмор, считающиеся основоположниками концепции экономики впечатлений.

Именно туристская деятельность делает «впечатления» коммерческим предложением, так как во время поездок происходят перемещения в пространстве, что позволяет туристу приобрести новые, необычные впечатления.

Туризм впечатлений – это вид туризма, направленный на получение и потребление незабываемых впечатлений и эмоций, в процессе которых человек приобретает туристский опыт. Во время такого путешествия турист вступает в социальные и культурные контакты, а также в контакты с окружающей его природой. Здесь он получает сенсорный (восприятие звуков и запахов леса, красок восточного базара), эмоциональный (необычная атмосфера в ресторане), когнитивный (размышления у музейной экспозиции) и поведенческий опыт (действия - виндсёрфинг). Туристский опыт является совокупностью всех впечатлений, которые сложились у путешественника от поездки.

Сущность концепции туризма впечатлений заключается в том, что сегодня турист ставит ценности туристских услуг ниже, чем впечатления от них. В туризме создаются и продаются чувства, настроения, понимание, убеждения, а также духовное обогащение, возникающие в результате взаимодействия с культурной достопримечательностью.

Второй параграф первой главы «Организационные особенности туров впечатлений» построен на основе анализа составных частей туров впечатлений, также указаны основные факторы, которые необходимо учитывать при организации туров впечатлений. В данном параграфе согласно толковому словарю Д. Н. Ушакова приведено три определения понятию «впечатление».

Под туристскими впечатлениями понимается комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта. В параграфе описаны специфические особенности впечатления, как самостоятельного «продукта». Также приводится классификация впечатлений согласно данным исследователей экономики впечатлений.

На официальном уровне туризм впечатлений не выделяют в отдельный вид туризма. Яркие эмоции и впечатления турист может испытать, отправившись и в

гастрономический тур по Италии, и в познавательный тур по Франции, и в экологический по России. Поэтому, говоря об организационных особенностях туров впечатлений, необходимо делать акцент на том, к какому ныне официально выделяемому виду туризма относится та или иная поездка, направленная на получение незабываемых впечатлений.

При организации туров впечатлений необходимо обращать внимание на особенности самого такого специфического «продукта», как впечатления. Впечатления также сильно отличаются от услуг, как услуга – от товара. Сырье равноценно, товары материальны, услуги нематериальны, а впечатления незабываемы. От особенностей главной составляющей турпродукта будут зависеть и особенности его организации.

В третьем параграфе первой главы «Спрос на туры впечатлений и их предложение на туристском рынке» подробно описывается специфика поведения туристов, а также представлен анализ спроса на данного рода туры на отечественном и международном рынках.

Потребности являются одним из основных элементов процесса мотивации туристических поездок. В случае туризма впечатлений, основными мотивами путешествия станут – получение незабываемых впечатлений и ярких эмоций, а также опыта, познание чего-то нового, потребность в духовном обогащении и вдохновении.

Спрос на туры впечатлений растёт с каждым годом. Это порождает их предложение на международном туристском рынке. Туроператоры, как иностранные, так и российские, создают всё больше таких путешествий для продажи впечатлений туристам. Анализ рынка туризма впечатлений демонстрирует большое количество предложений туров впечатлений – гастрономические путешествия в Италию от «IMPRESSIVE TOUR», джайлоо-туризм (путешествия, погружающие в атмосферу жизни племен, живущих вне цивилизации), путешествия во Францию в целях посетить маленький город Арль и деревеньку Живерни, связанные с именами художников Ван Гога и Клода Моне, нестандартные тематические отели и хостелы в России.

Проанализировав предложения туров впечатлений на международном рынке туризма, можно сказать, что туристские компании быстро подстраиваются под растущие запросы потребителей. Туризм впечатлений дает возможность людям уйти от обыденности и от суетности жизни на время путешествия. Новые впечатления заставляют людей чувствовать себя счастливыми. И главными «поставщиками» счастья могут являться путешествия.

Во второй главе «Наследие художников-передвижников в туристском пространстве России» рассматривается творчество художников как потенциально перспективная основа для создания нового турпродукта, выделены основные места художников-передвижников, связанные с их творчеством и жизнью (п-ов Крым, Удомля, Плёс, Самара, Москва, Санкт-Петербург, Красноярск, Елабуга и др.).

Проанализировав рынок предложений на туры по местам творчества художников-передвижников, были выявлены их дефицит и ограниченность. Чаще всего встречаются предложения посетить экскурсии в музеях, где хранятся собрания картин передвижников (выставки в Русском музее в Санкт-Петербурге, Третьяковская галерея в Москве). Поэтому в данной главе предлагаются способы и конкретные примеры использования творчества художников в туристическом пространстве.

Локаций, связанных с жизнью и творчеством художников-передвижников очень много по стране, нужно лишь найти и обосновать их туристскую привлекательность. В контексте туризма впечатлений нам важно, где создавалось большинство из картин, от вдохновения какими видами у художников рождались сюжеты полотен, потрясшие миллионы сердец, заставившие задуматься миллиарды умов? Сейчас это является культурным наследием страны.

Поездки в забытые уголки России, но такие важные для И. Левитана, увековечивание памяти А.А. Киселева и многих других передвижников, заинтересованность туристов в живописи делает правомочным суждение о том, что уголки России, связанные с жизненным и творческим путём художников-передвижников, имеют огромный потенциал для развития туризма. Искусство

передвижников – это осмысление реальности и происходящего. Туристу нужно лишь прикоснуться к нему, эта работа с образами и эмоциями, несомненно, повлияет на человека, на его мысли и психологическое состояние.

Третья глава «Проектирование тура впечатлений по местам, связанным с наследием (памятью) художников-передвижников» носит практический характер. В первом параграфе третьей главы «Пейзажный образ России в творчестве художников-передвижников как туристский мотив» выделены и описаны пейзажные работы художников, как картины «сильного» жанра, способные вызывать чувства, влиять на эмоциональное состояние человека.

В контексте туризма впечатлений, путешествие не должно строиться по схеме «от музея до памятника». Здесь важны также и нематериальные аспекты – наши эмоции. Что может сгенерировать их? Именно в искусстве заложены чувства, которые человек пытается передать миру. Живопись – это наиболее прославленный в европейской культуре вид изобразительного искусства. Каждая картина – это уникальное произведение искусства, в котором живут определенные чувства и эмоции.

Творчество художников-передвижников весьма обширно: кто-то был портретистом, кто-то писал картины с историческим, сказочным или религиозным сюжетом, другие увлекались бытовой живописью. Поэтому важно понимать, что в рамках такого тура впечатлений акцент нужно сделать именно на пейзажные полотна художников-передвижников.

В пейзажных полотнах передвижников запечатлён прекрасный образ России, какой её видели сами художники. Важно, что в своих картинах они честны со зрителем и без прикрас показывают истинный облик страны.

Места, где прошли их детство и отрочество, наполнены живительным вдохновением, плодотворно влияющим на душевное состояние художников и, как следствие, настроение полотен. Панорамы родных для передвижников краев нередко находили места на их пейзажных картинах. Например, в Елабуге родился и вырос знаменитый пейзажист, создавший величественную эпопею русского леса, Иван Иванович Шишкин. Здесь, в милом сердцу уголке, в Елабуге он

напишет по меньшей мере 50 художественных этюдов. Например, знаменитая картина «Сосновый бор. Мачтовый лес в Вятской губернии» (1872 г.) вобрала в себя теплые впечатления художника, полученные им во время одной из таких поездок.

С Волгой связан большой период жизни и необыкновенный взлет творчества И. Левитана. Он жил на Волге, в небольшом городке Плесе, путешествия заодно и по другим приволжским городам. Широкая водная стихия, большие пространства могучей реки подтолкнули художника к созданию более сложных образов. Широта просторов Волги, ее величавая красота запечатлена Левитаном в картинах «Вечер на Волге», «После дождя. Плес», «Вечер. Золотой Плес» – эти полотна считаются лучшими картинами, написанными художником в этот период.

Пейзажный образ России в полотнах передвижников настолько правдив, что одновременно завораживает и притягивает зрителя. Классическое созерцание природы дает вдохновение и силы. Созерцание – это особенный способ познания мира, окружающей нас действительности. В нашем же случае воздействие от процесса увеличивается вдвое – ведь главный аспект познания лежит в знакомстве и понимании творчества художников-передвижников.

Во втором параграфе третьей главы «Проектная разработка туристической карты «По местам памяти и творчества художников-передвижников» автор бакалаврской работы описывает свою практическую разработку. В качестве практической части было принято решение спроектировать электронную интерактивную туристическую карту, благодаря которой туристы смогут выбрать наиболее интересные им дестинации, связанные с тем или иным художником-передвижником и его творчеством и самостоятельно отправиться в путешествие.

Контент данной карты включает в себя главные места памяти художников (где они проводили свой досуг, вдохновлялись пейзажами, творили свои шедевры).

На первом этапе работы на основе библиографических данных и научно-познавательных журналов была изучена и собрана информация о городах и

географических объектах столь важных для художников-передвижников, составлен список наиболее значимых мест в их жизни и творчестве.

На следующем этапе была сконструирована электронная интерактивная туристическая карту «По местам памяти и творчества художников-передвижников». На карте представлены объекты, обнаруженные на первом этапе работы в ходе теоретического исследования творческого пути и жизни художников.

Начальная страница (первичный вид карты) представляет собой схематичную карту части России, на которой отмечены специальным «значком» основные места, хранящие память о творчестве художников-передвижников. Эти места подписаны своим официально признанным топонимическим названием. Рядом с каждым указанным местом располагается изображение, символизирующее это место.

Также на карте присутствуют портреты художников-передвижников, под каждым из которых прописаны связанные с художниками города и регионы нашей страны.

Каждый специальный «знак места» является активной ссылкой, позволяющей пользователю перейти на страницу (слайд) того или иного города / региона, связанного с жизнью и творчеством интересующего его художника. Важно пояснить, что активной ссылкой является именно «территория», а не личность (портрет) художника. Так турист выбирает именно географическое положение, куда хочет отправиться. Карта информирует его о том, с жизнью и творчеством какого художника связано это место, что здесь можно посмотреть и куда сходить.

Кроме того, в конце каждой из информативных частей карты, где рассказывается о творчестве определенного художника в определенной местности, пользователю предлагается ознакомиться с так называемой рубрикой «Туристам на заметку». В данной «рубрике» туристы могут узнать, где находится дом-музей художника, какие примечательные и интересные места можно посетить в этом городе.

Такая электронная интерактивная туристическая карта может послужить отличным способом продвижения наследия русских художников-передвижников.

Для реализации работы можно принять участие в различных туристических проектах. Например, через «Агентство стратегических инициатив». Когда проект обратит на себя внимание, его заметят «Национальные проекты России» (информационный ресурс о планах развития страны на ближайшее будущее) их огласка и новость о нашем проекте поможет «протолкнуть» его в массы. На этом этапе о проекте могут узнать органы исполнительной власти как федеральные, так и региональные. Сотрудничество с непосредственно теми регионами, которые представлены на нашей интерактивной карте, весьма перспективно для обеих сторон: это поможет нам продвигать продукт, а им развивать туризм на своей территории.

Заключение. Путешествуя, туристы познают мир, «копилка» воспоминаний и опыта пополняется с каждой новой поездкой. При добавлении сюда одного элемента – искусства – путешествие усилит свой эффект познания. Именно искусство, в нашем случае живопись, считается одним из способов эстетического освоения мира. Оно поможет испытать туристу те самые эмоции и впечатления, заставит его «пробудиться» внутренне, подарит вдохновение.

Туризм впечатлений, став трендом международного туризма, подталкивает игроков всемирного туристического рынка к разработке новых, нестандартных продуктов и услуг, которые бы заинтересовали искушенных потребителей. Россия также старается не отставать от международных тенденций и уже имеет ряд весомых предложений по «продажи впечатлений», например, в гостиничной сфере.

Поскольку впечатления является весьма специфичным товаром, при разработке тура впечатлений необходимо детально изучить данный «товар». Ведь от его особенностей, как главной составляющей турпродукта, будут зависеть и особенности организации самого тура.

В ходе исследования был проведен анализ спроса на туристском рынке предложений туров впечатлений, как на отечественном, так и на зарубежном. Было замечено, что поведение потребителей данных туров имеет яркие характерные черты. Это нацеленность на жажду эмоций, испытания приятных потрясений. Как следствие, растет спрос на удовлетворение таких потребностей с помощью путешествий. В след за этим, стараясь удовлетворить все потребности туриста, компании в турбизнесе начинают предлагать уникальные продукты и стремительно развиваться в данной сфере.

Россия, в свою очередь, имеет немалый потенциал для развития на своей территории туризма впечатлений – культурное наследие в виде творчества художников передвижников. На определённом этапе работы были изучены биографии художников, их творческие работы. Прежде всего, исследовались пейзажные полотна, поскольку пейзаж положительно влияет на эмоциональное состояние, он может вызвать ряд необходимых туристу чувств и эмоций. Затем на основе этих данных были выделены основные локации, связанные с их жизнью и искусством.

Главным предложением по разработке нового продукта впечатлений стала интерактивная карта «По местам памяти и творчества художников-передвижников», которая позволит туристам узнать о местах памяти и творчества художников-передвижников, а затем и сподвигнет на путешествия в выбранные на карте локации. Важно отметить, что несмотря на то, что некоторые из художников-передвижников много путешествовали и за рубеж в том числе, все дестинации, отмеченные на карте, находятся только на территории России. Как мы знаем, туризм несёт в себе одну из важнейших его целей – цель просвещения. Поэтому карта может служить наглядным продуктом продвижения наследия художников-передвижников, несущим в себе просветительскую цель. Создание данного проекта увековечит память художников-передвижников.