

G.P. Dolzhenko, L.B. Savenkova

TERMS «TOURISM» AND «TOURIST» IN RUSSIAN LEXIS: CHRONOLOGICAL ASPECT

The origins and the spreading of terms «tourist» and «tourism» are considered. Indicated that the «tour» has the French origin, and «tourist», «tourism» – British. The first account of written word «tourism» dates to the year 1800.

К е у о р д с : tourism; tourist; travel; Russian tourist society; Society of proletarian tourism and excursions.

УДК 911.3:332.122(1-22):796.5(574.5)

С.Р. Ердаuletov, А.М. Артемьев, У.Т. Кошкимбаева

ЭНОТУРИЗМ КАК ФАКТОР РЕГИОНАЛЬНОГО И ЛОКАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
050038, Республика Казахстан, г. Алматы, пр. аль-Фараби, 71; e-mail: erdavletov@mail.ru

В статье приведены характеристики энотуризма («винного туризма») как разновидности туристской аттрактивности сельских территорий. При этом подчеркиваются его мультипликативный эффект, культурное значение, тесная связь с гастрономией и другими элементами региональной и локальной культуры.

К л ю ч е в ы е с л о в а : энотуризм; агротуризм; виноделие; гастрономия.

Принимая во внимание все сопутствующие энотуризму элементы, следует признать, что концепция его развития может быть признана одной из множества концепций развития сельских территорий. Развитие энотуризма особенно полезно для регионов, в которых выращивание винограда и производство вина играют существенную роль и которые переживают трудности, связанные с перепроизводством вина и отсутствием рынков сбыта и т.д. Тем самым организация и обслуживание «винных маршрутов» может рассматриваться как одна из разновидностей туристской привлекательности сельских территорий. Согласно В. Cambougne и др. (2002), в организации и обслуживании «винных маршрутов» принимают участие многие хозяйственные и общественные организации и учреждения (wine road actors):

- производители вина;
- местные власти;
- люди, оказывающие агротуристские услуги;
- владельцы ресторанов;
- владельцы отелей;
- туристские бюро (турагенты, туроператоры);
- фирмы, занимающиеся производством дополнительных атрибутов для развития энотуризма;
- организации, занимающиеся туризмом, рекреацией, культурой, экологией, спортом, природой и гастрономией;
- школы и другие институты образования;
- предприятия, оказывающие дополнительные услуги.

Среди упомянутых участников особенный интерес к развитию энотуризма проявляют собственники винопитейных заведений и производители вина. Поддержка программ развития энотуризма со стороны производителей винограда и вина связана с большой конкуренцией, которая царит на мировом рынке вина, и трудностями продажи излишков вина. Касается это прежде всего европейских стран (главным образом Франции, Италии и Испании), в которых виноделие в последние годы находится в состоянии стагнации (а временами даже кризиса) вследствие сильной конкуренции со стороны США, Австралии, Южной Африки, Чили и Аргентины. Именно поэтому в

политике Евросоюза относительно сельских территорий пропаганда этнотуризма является одним из важнейших вопросов в деле развития производства агротуристских услуг сельхозпроизводителями. Среди многих программ Евросоюза, в которых этнотуризм занял достаточно существенное место, следует упомянуть программу LEADER (франц. L'iaison entre actions de developpement de Leconomie rurale), которая в 90-х гг. XX в. включала, между прочими, проекты создания инфраструктуры, необходимой для его развития и помощи в организации винотуризма в районах Френч-Комте (Франция), Пьемонт и Ломбардия (Италия), а также в районе Ла Риоха в Арагоне (Испания), где за счет средств Евросоюза создано четыре маршрута, связанных с посещением центров, известных не только выращиванием винограда и производством вина, но и интересными памятниками, сохранившимися фольклором, ремесленничеством и т.п. В программе LEADER II предусмотрены финансовые проекты, касающиеся пропаганды этнотуризма (например в провинции Гераклион на Крите, Греция).

Пропаганда и поддержка этого вида туризма имеют место также в программах помощи Евросоюза странам Центральной и Восточной Европы (Чехия, Венгрия, Молдова). Например, винные маршруты, созданные в южной части Моравии, в большей степени были организованы за счет средств PHARE (фонд Gross-Border Cooperation Programme).

О значении, какое для некоторых районов виноградарства и виноделия имеет этнотуризм, может свидетельствовать следующий факт: в Эльзасе около 23% производимого вина покупают туристы, а в Бургундии этот процент составляет 12% [1]. Подобное наблюдается и в других странах. Исследования, проведенные в Италии, показали, что 80 % охваченных анализом хозяйств виноградников позволяли туристам покупать тут же производимое ими вино. Более того, при 33% из них находились обычные рестораны, а в 95% случаях турист имел возможность приобрести, кроме вина, и другие продукты (Cambourne и др., 2002).

Районом Италии, в котором можно наблюдать быстрое развитие этнотуризма, является Ломбардия, где организовано 15 винных маршрутов. Путешествуя по ним в 2001 г. можно было посетить 207 винных ресторанов со специально подготовленной для туристов «культурно-гастрономической» программой, а также переночевать в 275 агротуристских хозяйствах, специализированных на выращивании винограда и производстве вина. В свою очередь, в винодельческом районе Ваполиселла (провинция Верона) туристы могут посетить 78 виноградников и 13 винных ресторанов. Этнотуризм пропагандируется также в известном винодельческом районе Соаве (также расположенном в провинции Верона). Здесь свои услуги предлагают 24 хозяйства, специализирующиеся на виноградарстве и производстве вина (azienda). Во всех из них можно производить закупку вина, кроме того, в некоторых из них можно купить масло, а также овощи и др.

Только вышеприведенные примеры свидетельствуют о том, что винотуризм также обладает мультипликативным эффектом и не ограничивается лишь потреблением вина. Очень часто владельцы винных ресторанов предлагают туристам не только возможность посещения погребов и дегустации вина (временами за плату, а чаще бесплатно), но также питание, ночлег, покупку вина, приобретение сувениров (не всегда связанных с вином), цветов, а также различных продовольственных товаров (обычно это сыры, масло, свежие овощи и фрукты, а также изделия их переработки). Нередко в хозяйствах по выращиванию винограда и производству вина туристы имеют возможность использовать для прогулок лошадей или велосипеды и т.д. Это означает, что в большинстве случаев туристы, посещающие винодельческие хозяйства, больше денег тратят на ночлеги, питание, спортивно-рекреационную деятельность, чем на дегустацию вина и покупку нескольких бутылок вина домой. Кроме того, владельцы винных производств могут рассчитывать, что по возвращении домой некоторые туристы начнут покупать вино, которое отведали в туристском путешествии. Все это говорит о том, что развитие этнотуризма может иметь существенное значение не только для повышения доходов хозяйств, занимающихся выращиванием винограда и производством вина, но также влиять на локальный рынок труда, вызывая увеличение налоговых отчислений, способствуя развитию других видов услуг и т.д.

Следует также заметить – это подчеркивают некоторые авторы, – что среди множества выгод, которые несет этнотуризм производителям вина, особого внимания заслуживает возникновение у туристов (или иначе потребителей вина) привязанности к определенному типу вина, производимого в конкретном месте [2-4]. Это означает не только рост продажи вина и, соответственно, рост доходов производителя, но также дает возможность возникновения непосредственного контакта между туристом и производителем (минуя многочисленных посредников), возможность получения от туриста важной информации, касающейся оценки предлагаемого вина и т.п.

Занимаясь одновременно потерями, возникающими в связи с энотуризмом, эти же авторы подчеркивают дополнительные финансовые издержки, связанные с приемом туристов (главным образом, в связи с необходимостью вложения неизбежных инвестиций), а также – потерей времени.

Энотуризм имеет также определенное культурное значение. С точки зрения туриста энотуризм позволяет ему познать традиции виноделия, которые уходят корнями в античные времена. Касаются они не только способов возделывания винограда и производства вина, но также разных обычаев, связанных со сбором винограда, его переработкой в сок и т.д. В свою очередь, с точки зрения регионов и местностей, в которых выращивается виноград, интерес туристов к вину и виноделию позволяет сохранить эти обычаи. Не следует забывать, что с выращиванием винограда связан некий характерный тип «культурного пейзажа», на который накладываются не только виноделие, но также определенный тип сельской застройки, планировка зданий и строений и т.п. Тем самым можно сказать, что энотуризм способствует поддержанию и упрочнению культурного пейзажа [5].

Одним из факторов, притягивающих тысячи туристов к местам выращивания винограда и производства вина, являются многочисленные обряды, связанные с этим видом деятельности человека. Например, согласно календарю, помещенному в работе «Wine regions in Hungary» (1999) в конце 90-х гг. в Венгрии в 22 местностях проводились мероприятия, организованные в целях привлечения туристов и связанные с выращиванием и сбором винограда, производством вина и дегустацией. Проводились они каждый месяц, но особой частотой отличались в сентябре.

В местностях с винодельческими традициями встречаются иногда музеи либо отдельные экспозиции, посвященные виноделию. Например, в старающейся развивать энотуризм Венгрии есть уже пять музеев, посвященных виноградарству и виноделию (два в Будапеште, в Балатон-Богларе, в Виллане и Шентендре). В свою очередь, в Чехии главными музеями, в которых содержится богатая экспозиция, связанная с виноделием, являются музеи в городах Микулов, Валтица и Ледница (Южная Моравия). Особый интерес вызывает музей в городе Микулов, расположенный в замке, где, кроме истории технологии выращивания винограда и производства вина, турист может ознакомиться и с древними устройствами XII-XVIII вв., служившими для производства и складирования вина. Одним из любопытнейших экспонатов является сделанная в 1643 г. бочка для вина объемом в 101 400 л, 6,2 м в длину и диаметром от 4,5 до 5,2 м, весит она 26,1 т.

Связь между энотуризмом и широко понимаемым культурным туризмом очень отчетливо прослеживается в Италии. В 1987 г. в этой стране была организована L'Associazione Nazionale Citta del Vino, которая в 2001 г. объединяла управы 351 местностей, традиционно связанных с выращиванием винограда и производством вина (ее резиденция находится в строении, называемом L'Enoteca Italiana di Siena, в Сиене (Тоскания). В то же время в 1993 г. была основана организация Movimento del Turismo del Vino, которая объединяет свыше 400 производителей вина, владельцев туристских бюро, ресторанов, а также коллекционеров вина. Целью обеих организаций является развитие энотуризма, а по инициативе Movimento del Turismo del Vino в мае каждого года устраиваются мероприятия для туристов под названием Cantine Aperte («Открытые погреба»). По мнению итальянских производителей вина в пользу развития энотуризма свидетельствуют следующие факторы (Cambourne и др., 2002):

- поднятие престижа различных видов вина, особенно высококачественных;
- популяризация потребления вина;
- увеличение доходов производителей вина;
- предпринятие действий в направлении сохранения местного культурного пейзажа, кулинарных традиций, обычаев и т.п.

К регионам Италии, где на трассах, рекомендуемых туристам, интересующихся вином, можно также посетить многочисленные замки, сельские резиденции и старые города, относится и регион Trudent – Gorna Aadyga. Здесь туристы могут посетить два винохозяйства, заложенные еще XVIII в., – Conti Bossi Fedrigotti в Роверето, а также Marchesi Guerrieri Gonzaga в Горретто. Кроме того, они могут познакомиться со средневековым замком Castle Vene to (XV в.), руинами замка Номи и т.п. (Wandering amid wines and castles, 1992).

Как уже отмечалось ранее и что подчеркивают некоторые авторы (Sansoni, 1999), характерной чертой энотуризма является его тесная связь не только с гастрономией, но также с другими элементами региональной и локальной культуры. Например, для винотуристов в регионе Эмилия-Романья (Италия) существенным является не только дегустация вина, но и познание истории виноделия, технологии производства, обычаев, связанных с выращиванием и т.п. Кроме того, в предлагаемой здесь туристам программе много внимания уделяется и другим пищевым продуктам, связанным с этой частью Италии, между прочими, сыру типа пармезан и бальзамному уксусу из

Модены (*aceto balsamico tradizionale di Modena*). Обычно в регионах выращивания винограда организуются широко рекламируемые сбор винограда, мероприятия, связанные с первой дегустацией молодого вина и т.п. Такого рода события притягивают временами по несколько тысяч туристов, что очевидным образом влияет на рост оборота не только в местных отелях и ресторанах, но также в магазинах, на автозаправках, паркингах и т.д.

Примером туристского маршрута в Италии, на трассе которого туристы, кроме виноградников и винзаводов, имеют возможность посетить рестораны и хозяйства, предлагающие блюда региональной кухни, а также ознакомиться с многочисленными памятниками, является маршрут, который называется *Strada del vino costa degli etruschi* и проходит предгорьями Апеннин к югу от Ливорно (Тоскана). Организаторы маршрута, кроме открытых для посещения четырех виноградников, предлагают туристам возможность остановиться в нескольких ресторанах и хозяйствах, а также посетить восемь замков. Примерно такую же программу предлагают туристам в расположенном несколько восточнее регионе Масса Маритима (также Тоскана), где люди, интересующиеся этнотуризмом, могут, кроме того, посетить руины римских бань в Багно дель Ре, этрусские гробницы в Вентулонии, замки в Леггета и Гугнано, а также хорошо сохранившиеся деревни (с многочисленными домами, построенными еще во времена средневековья) Роккатедериги, Сассофортино и Монтемасси (*Strada del vino Montereale di Massa Maritima*) [6].

Во Французском Эльзасе созданный компанией *Conseil Interprofessionnel del Vins d'Alsace* винный маршрут охватывает местности, не только связанные с виноградарством и производством вина, но и места с известными памятниками архитектуры, красотами природы и т.п. Среди городов и деревень, предлагаемых туристам для посещения, есть и местности, известные из *The Alsace wine route*, благодаря:

- аттрактивному положению – например Кернау, благодаря линии железной дороги, удачно вкомпанованной в живописное ущелье Доллер;

- ценным архитектурным памятникам – например Данголшайм (остатки строения, возведенного во времена Римской империи), Хаттштатт и Тюркхайм (романские храмы XII в.), Винтценхайм (замки Холландсбург и Пфликсбург XIII в.), Рикевир и Рибевилль (многочисленные дома эпохи Ренессанса);

- важным событиям – например Ваттвиллер (военное кладбище Вейл-Арманд 1914-1918 гг.) и Веннвир (который был полностью уничтожен в военные годы (1944) и впоследствии заново отстроен);

- известным людям – например Рейсхфельд (где родился Матиас Рингманн, который предложил назвать вновь открытые земли в честь Америго Веспуччи «Америкой»);

- музеям – например Молшайм (в нем находится музей семьи Буджатти с интересной коллекцией автомобилей марки «Буджатти»), есть и музеи, известные из истории виноделия (например Вольксхайм, в котором производится вино *Grand Cru Altenberg* – наилучшее вино, которое употреблял еще Наполеон I), или известные своими мероприятиями, связанными с виноделием и виноградарством (например Вуенхайм, где ежегодно в сентябре проводится «праздник молодого вина»), а также очень хорошими белыми винами рислинг и *dewürtztraminer* (например упоминаемые уже Рикевир и Рибевилль) [6].

В Германии винные маршруты также проложены таким образом, чтобы туристы могли познакомиться с памятниками и историей региона. Например, в районе реки Ар, двигаясь по нескольким маршрутам, турист может посетить не только старейшую в регионе винодельню (1246 г.) в Вальпорхайме и старейшую ассоциацию, объединяющую производителей вина (основана в 1868 г.) в Майшоссе, но и руины монастыря августинцев в Мариентале (1137 г.), храм в Альтенаре (около 1200 г.), а также оборонительные стены в Арвейлере (XIII-XIV вв.) и др.

Как уже говорилось, наиболее часто предлагаемой этнотуристам достопримечательностью является возможность посещения виноградников, мест производства вина, погребов, где оно хранится. Одной из стран, где такое широко практикуется, является Австрия. В летнем сезоне 1999 г. в ней существовало 57 местностей, в которых можно было посетить виноградники, поучаствовать в дегустации, принять участие в специализированных и учебных экскурсиях и т.п. (*Jhre Urlaubsspezialisten...Weinreisen in Österreich...für Weinkultur, Urlaubsspezialisten - Römerquelle - Vinoveritas Austria, Wien, 1999*). Все эти местности располагаются в Нижней Австрии, Бургенланде, а также в Штирии, для которой этнотуризм имеет большое значение и в которой создано несколько продолжительных маршрутов, связанных с посещением мест с винодельческими традициями (первым из них был создан маршрут под названием *Südsteirische Weinstrasse*).

Этнотуризм как вид туризма пропагандируется также в португальском регионе Коста Азул (окрестности города Сетубала), где туристы имеют возможность посещения девяти виноградников,

среди которых один (виноградник Jose Maria da Fonseca Succs в Азетайтао) ведет свое начало с 1834 г.

О том, что во все большем количестве стран виноградники и места, связанные с виноделием, становятся своеобразными достопримечательностями, может свидетельствовать пример Великобритании, которая пока, скорее всего, не культивирует энотуризм. В то же время доступные материалы свидетельствуют о том, что в графстве Кент турпродукт, предлагаемый туристам, содержит, между прочим, возможность посещения 22 акров виноградника Buddenden Vineyards (заложенного в 1969 г.) а также 15 акров расположенного в деревне Small Hythe виноградника Tenterden Vineyards Park (заложенного в 1977 г.).

Однако виноградники и склады, где хранятся вина, так же как и специализированные музеи и выставки, не являются единственными достопримечательностями для винотуристов. Для некоторых добавочным аттракционом является возможность проведения отпуска у крестьян, занимающихся разведением виноградников и производством вина. В 1999 г. в упомянутой уже Австрии таких хозяйств было: 14 – в Штирии, 10 – в Бургенланде и 5 – в Нижней Австрии (Urlaud am Weinbaurenhof. Viel Stoff fuz einen genussvollen Urlaub. Budnesverband Urlaub am Baurenhof, Wien, 1999).

Библиографический список

1. *Choisy C.* Le poids du tourisme viti – vinicole // *Espases*. 1996. S. 30-33.
2. *Hall C.M., Sharples I., Cambourne B., Macionis N.* Wine tourism around the world. Oxford, 2000. 123 p.
3. *Ердавлетов С.Р., Кошкимбаева У.Т.* Туризм и активизация населения сельских территорий // Реалии и прогнозы демографического развития Евразийского пространства. Уральск, 2004. С. 11-17.
4. *Ердавлетов С.Р., Кошкимбаева У.Т.* Энотуризм – новый фактор активизации сельских территорий // *Вестник КазНУ. Серия геогр.* 2004. №1(18). С. 154-162.
5. *Ердавлетов С.Р., Кошкимбаева У.Т.* Энотуризм и социально-экономическое развитие регионов // *Туризм и устойчивое развитие регионов.* Тверь, 2005. С. 18-20.
6. *Ердавлетов С.Р., Кошкимбаева У.Т.* О типологии систем винных маршрутов и хозяйственном значении энотуризма // *Теоретические и прикладные проблемы географии на рубеже столетий.* Алматы: Қазақ университеті, 2004. С. 193-199.

S.R.Erdavletov, A.M.Artemyev, U.T.Koshkimbaeva ETHNOTOURISM AS FACTOR FOR REGIONAL AND LOCAL DEVELOPMENT

The paper presents the characteristics of enoturizm ("wine tourism") as a kind of tourist attractiveness of rural areas, with its multiplier effect highlights the cultural importance, a close connection with gastronomy and other elements of regional and local culture.

K e y w o r d s : enoturizm; agro-tourism; wine-making; gastronomy.