

ПАЛОМНИЧЕСТВО КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТУРИНДУСТРИИ

Р. Т. Хадиева, Н. В. Семенюк

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Рассказывается о развитии культурно-познавательного туризма, обсуждается такой феномен, как паломничество. Делается попытка объяснить и обозначить его особенности. Проводится параллель между культурным туризмом и паломничеством в город Сантьяго-де-Компостела (Испания), определяется типология паломников, их мотивация к путешествию. Рассматривается возможность социально-экономического развития, связанного с паломничеством.

Ключевые слова: *культурный туризм, паломничество, социоэкономическое развитие, культурное наследие.*

Актуальность. В последнее десятилетие, особенно на Западе, на рынке туризма активизировалось такое направление, как религиозный (паломнический) туризм. Такой вид туризма связан с посещением религиозных святынь и духовным совершенствованием. Религиозный туризм играет большую роль в системе международного и внутреннего туризма отдельных государств мира. Люди продолжают отправляться в паломнические и экскурсионные поездки по святым местам и религиозным центрам [1–5].

Традиционные паломничества, которые совершаются пешком, также являются серьёзным физическим упражнением на выносливость, что повышает их интерес для предмета физической культуры.

Цель и задачи. Цель данной работы — на основе различных научных источников рассмотреть роль паломничества в религиозном туризме, выяснить, какие преимущества несёт прохождение паломнических маршрутов для паломников, государства и туристической индустрии.

Материалы исследования. В последнее десятилетие на рынке туризма активизировалось такое направление, как религиозный (паломнический) туризм. Религиозный туризм связан с посещением религиозных святынь и духовным совершенствованием, он играет большую роль в системе международного и внутреннего туризма отдельных государств мира. Люди продолжают отправляться в паломнические и экскурсионные поездки по святым местам и религиозным центрам. Одни стремятся принять участие в религиозных церемониях, помолиться, совершить жертвоприношения, другие — ближе познакомиться с религией, приобщиться к духовным достижениям [3].

Религиозный туризм является составной частью современной индустрии туризма. Соборы, мечети, культовые музеи и духовные центры — это туристские объекты, которые пользуются всё возрастающим спросом.

На сегодняшний день более 90 % объектов туристского интереса в мире так или иначе связаны с культом или религией, имеющими место в настоящее время или уже утратившими своё значение или забытыми. И это в первую очередь касается России с её многочисленными православными храмами и монастырями, а также культовыми сооружениями других религий [6. С. 201].

В XX в. бурно развивалась индустрия туризма, совершенствовались средства транспорта и связи. У людей появилось больше возможностей посещать святыне «своей» религии. Также в эпоху интернационализации усилился диалог между культурами.

Рынок религиозного туризма в России ещё очень молод. Это направление начало активно развиваться лишь в последнее десятилетие. Отчасти это происходит потому, что в отечественной литературе мало публикаций по данному виду туризма.

Только за последние 3–4 года в России значительно увеличилось количество туристов, совершающих паломничество к святыням России, а также направляющихся за границу с религиозно-познавательными целями. Основные маршруты таких поездок пролегли в Израиль, Италию, Грецию, Кипр, Турцию, Саудовскую Аравию и т. д. Наибольшее распространение в нашей стране получили такие религиозные направления, как христианство (православие и католицизм), ислам и иудаизм.

Всё больший удельный вес стали занимать религиозные поездки, но сам процесс перемеще-

ния и проживания туристов «диким» образом не выводит этот вид туризма на должный уровень. Тема религиозного туризма рассматривается во многих популярных журналах по туризму — «Вояж», «Туризм и отдых», «Иностранец» и т. д. С научной же точки зрения эта тема освещена очень скромно.

Результаты исследования. Все исследования Пути Святого Иакова сходятся на том, что данное паломничество имеет огромный общественный резонанс. В Испании уже давно привыкли, что существует особая тропа, которую уже много веков проходят путешественники, верующие или нет. Этот путь повлиял на множество нерелигиозных сфер жизни: творческие, экономические, политические, урбанистические и т. д. Всё это привело к созданию большого количества научных работ по этой теме [7–11].

В Испании существует Ассоциация друзей Пути Святого Иакова, которая выделяет в паломничестве множество важных вещей: выражение веры, поскольку паломник отправляется в путь, думая о могиле Апостола; живой контакт с природой; хорошее упражнение, которое приводит в гармонию тело и душу; удовольствие от созерцания разнообразной культуры, которую можно встретить на пути; дружба и солидарность паломников. Паломничество — не столько путь в далёкую землю, сколько познание самого себя [4. С. 15].

Паломничество — не такое уж уникальное, единственное в своём роде явление, это производное более широкой системы общества. Социологический анализ должен фокусироваться на различных функциях, которые выполняют паломничества, и их трактовках. Можно рассмотреть следующие потребности, которые удовлетворяет данный вид деятельности [3; 4].

Человеческие потребности. Необходимость в отдыхе от повседневной рутины и погружения в духовный мир, что является полезным для физического и духовного здоровья.

Социальные потребности. В индивидуалистическом обществе, где всё реже люди общаются лицом к лицу, паломничество играет коммуникативную роль, способствует сплочению людей.

Культурные потребности. Путь Святого Иакова испокон веков служил средством обмена идеями, стилями в искусстве и культурными чертами разных стран. В настоящие дни тропу называли главным культурным маршрутом Европы.

Экономические потребности. Прохождение пути связано с тем, что путешественники потребляют продукты и услуги, платят за проживание, в связи с чем возникают новые экономические инфраструктуры во благо провинций, через которые проходит путь.

Политические потребности. В былые времена в Испании паломничество служило для объединения христиан против мусульманских вторжений, а в настоящее время может служить для интегрирования в европейскую политику.

Религиозные потребности. Для многих путешественников паломничество — это путь духовности и медитации, так необходимый в современном мире, в котором слишком много внимания уделяется материальным вещам.

Упомянутые фундаментальные характеристики свойственны всем типам паломничества, какое бы ни было назначение путешествия. Единственное, что меняется, — это вид религии. Но на самом деле не важно, к какой религии относится паломничество, — главное, что оно заставляет задуматься о чём-то важном и глубоком.

Паломничество в России

Религиозный туризм подразумевает знакомство с историей святых мест, жизнью и бытом святых, а также с церковным искусством.

Паломнический туризм — это разновидность религиозного туризма, совершаемого верующими людьми разных конфессий по святым местам. Главным элементом паломнического туризма являются экскурсии.

Паломничество — поклонение святым местам. Главное в паломничестве — богослужение, молитва и поклонение святыням. Экскурсия может быть частью паломничества, но не первостепенной целью. Пилигримы (pilgrims) — обобщённое наименование странников или путешественников, чья цель паломничество и паломники [9. С. 13].

Паломнические туры как направление туризма — относительно новое явление в туристической сфере, хотя такие путешествия люди начали совершать ещё в древности, поскольку в большинстве мировых религий существует традиция паломничества.

Сегодняшние причины паломничества разные, начиная от обычного любопытства и заканчивая поездками в святыни своей веры. Многие устремляются в путь, чтобы укрепить веру. Есть и такие, что хотят излечиться от болезней и посещают буквально все святыне места планеты — ведь это порой

единственный шанс обрести здоровье. Столетия назад люди ехали также поклониться святыням. Время проходит, а количество странствующих из причин веры не уменьшилось, а даже увеличилось. Теперь есть возможность посетить святые места без особых трудностей.

Выбор паломнических туров поражает разнообразием. Россия известна монастырями на Валааме и Соловках, Троице-Сергиевой лаврой, Дивеевым и др. Они известны в мировом религиозном масштабе. Иногда малые церквушки в деревнях имеют большую святую силу, и верующие знают их и едут за тысячи километров к этому месту, хотя население деревни составляет не более сотни жителей. А всё это обуславливает религиозное паломничество как вид туризма.

Многие паломники верят, что молитва более действенна в определённых местностях, которые каким-либо образом связаны с их религией. Современные паломники пользуются услугами туристических компаний, которые специально занимаются этим направлением.

Целью паломнического тура может быть посещение места, связанного с историческим событием или знаменитой исторической личностью, святыми. В некоторых случаях целью могут быть природные объекты, такие как озёра, родники, пещеры, реки. Всё это обычно связано с историческими или святыми событиями, личностями или легендами, которые оказывают решающее влияние на характер паломнического тура [1. С. 20–22].

Паломнические туры — очень познавательный и полезный вид туризма, с большой долей просветительно-познавательной составляющей. Во время паломнических поездок у туристов появляется прекрасная возможность узнать об истории, традициях, легендах древних монастырей и храмов, поближе познакомиться с духовными традициями какой-либо религии. В монастырях и храмах паломники могут участвовать в религиозных обрядах, получить благословение или пообщаться с монахами и священниками.

Паломничество является прекрасным образовательным инструментом. На Руси так сложилось, что монастыри и храмы на протяжении долгих веков являлись центрами культуры и знаний. В монастырях зародилось множество прикладных народных промыслов, собраны библиотеки, кроме того, многие из монастырей и храмов — архитектурные достопримечательности.

В целом такие туры будут интересны как верующим людям, так и всем, кто интересуется историей нашей страны или религией.

Отличие паломничества от религиозного туризма

Различие паломнических поездок и религиозных туров экскурсионной направленности заключается в их целеполагании. Отсюда происходят особенности размещения и питания туристов, специфика экскурсионного маршрута, выбора объекта показа, содержания и формы самой экскурсии.

Если для группы религиозно-экскурсионного тура размещение в гостинице с обилием увеселительных заведений и скромное питание в ресторане или кафе в постные дни может оказаться несущественным при оценке качества тура, то для паломника этот факт может перечеркнуть все остальные усилия турфирмы, создать психологический дискомфорт и эмоциональное напряжение.

Паломнический тур в отличие от религиозно-экскурсионного включает в себя не только посещение и квалифицированный осмотр храмов, монастырей, святых мест (источников и т. д.), но и реальное участие паломника в религиозной жизни храма или монастыря, возможность посещения богослужения. Религиозно-познавательные и паломнические туры объединяют прежде всего маршруты экскурсионной поездки и объекты показа, что часто приводит к смещению данных категорий, когда любая поездка в монастырь именуется паломничеством. В то же время эти туры преследуют различные цели, а именно: паломнический тур прежде всего мотивирован религиозно, экскурсионный тур — познавателью. Различие целей обуславливает различие выбора и использования методических приёмов показа и рассказа, стиля общения с группой, использования специальной лексики и т. д.

Пребывание в монастырях действует благотворно. На человека оказывает эмоциональное влияние всё окружающее: архитектура, живопись, иконопись, церковное песнопение, люди, произносящие молитвы. Все это создаёт иллюзию ухода в иной мир, более чистый и прекрасный, чем окружающая действительность, более доверчивый и открытый, поскольку люди в церковной общине испытывают чувство сплочённости, свойственное русскому менталитету. Здесь люди приобщаются к новому образу жизни, монашество для них служит примером предпочтений духовного начала материальному. Поэтому исторические монастыри на Руси стали центром притяжения паломников и верующих.

В ходе исследования мы выяснили, что паломничество — это перспективный, но до сих пор мало исследованный в нашей стране вид туризма, который нуждается в развитии и популяризации. Его особенность в том, что он оказывает благотворное влияние не только на физический аспект человека, но также и на психологический, духовный. Совсем необязательно быть религиозным человеком, чтобы отправиться в паломничество: многие воспринимают его просто как путешествие или как вызов себе, способность узнать что-то новое.

Как мы можем заключить из примера испанского религиозного маршрута, паломнический туризм вполне может выйти на международный уровень и стать главной достопримечательностью как отдельных регионов, так и целой страны и играть важную экономическую роль в развитии территории.

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм / Ю. А. Александрова. — М. : Аспект Пресс, 2001. — 356 с.
2. Балабанов, И. Т. Экономика туризма / И. Т. Балабанов. — М. : Финансы и статистика, 2001. — 315 с.
3. Гужина, А. А. Религиозный туризм как сегмент современного туристского рынка / Г. Н. Гужина, А. А. Гужин // Физ. культура. Спорт. Туризм.

Двигат. рекреация. — 2016. — Т. 1, № 2. — С. 25–28.

4. Долматов, Г. М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы / Г. М. Долматов. — Ростов н/Д. : Феникс, 2001. — 368 с.

5. Нуртдинова, А. М. Формирование конкурентоспособного бренда в туризме (на примере территориально-рекреационного комплекса «Золотое кольцо России») / А. М. Нуртдинова // Туризм и культурное наследие : межвуз. сб. науч. тр. — Вып. 3. — М. : Экспо, 2000. — 378 с.

6. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г. А. Папирян. — М. : Финансы и статистика, 2000.

7. Expansion : электрон. журн. — URL: <http://www.expansion.com/empresas/transporte/2016/06/22/576a595ee5fdea8f348b45db.html>

8. Доля туризма в ВВП России почти в семь раз меньше среднемирового значения // Парламент. газ. — URL: <https://www.pnp.ru/economics/2016/01/20/dolya-turizma-vvvp-rossii-pochti-vsem-raz-menshe-srednemirovogo-znacheniya.html>

9. Sousa, A. A. Marco teórico para a análise das peregrinaciones / en A. A. Sousa. — Homo peregrinus, Edicións Xerais, Vigo, 1999.

10. Bouza, A. F. Sociosimbólica do Camiño de Santiago”, en Leira López, J., O Camiño Português. — Aulas no Camiño, Universidade da Coruña, A Coruña, 1999.

11. De la Torre, O. El turismo. Fenómeno social. — Fondo de Cultura Económica, México, 1990.

Поступила в редакцию 13 января 2016 г.

Для цитирования: Хадиева, Р. Т. Паломничество как перспективное направление туристической индустрии / Р. Т. Хадиева, Н. В. Семенюк // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. — 2017. — Т. 2, № 1. — С. 95–99.

Сведения об авторах

Хадиева Разиля Тагировна — старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта, Челябинский государственный университет. Челябинск, Россия. lza@csu.ru

Семенюк Никита Владимирович — студент факультета журналистики, Челябинский государственный университет. Челябинск, Россия. semnikit@gmail.com

PHYSICAL CULTURE. SPORT. TOURISM. MOTOR RECREATION

2017, vol. 2, no. 1, pp. 95–99.

Pilgrimage as a Perspective Trend in a Tourism Industry

R. T. Hadieva¹, N. V. Semeniuk²

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

¹lza@csu.ru, ²semnikit@gmail.com

The article explains the phenomenon of pilgrimage, tries to explain it and names its peculiarities. It looks for similarities between cultural tourism and the Santiago de Compostela pilgrimage, distinguish different types of pilgrims,

finds out about their motives to start their trip. It is alleged that pilgrimages may boost socioeconomic development of a country.

Keywords: *socioeconomic development, cultural tourism, pilgrimage, historical heritage.*

References

1. Aleksandrova A.Yu. *Mezhdunarodnyy turizm* [International Tourism. University textbook]. Moscow, 2001. 356 p. (In Russ.).
2. Balabanov I.T. *Ekonomika turizma* [Tourism Economy]. Moscow, 2001. 315 p. (In Russ.).
3. Guzhina A.A. Religioznyy turizm kak segment sovremennogo turistskogo rynka [Religious Tourism as a Segment of the Modern Tourism Market]. *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya* [Physical Culture. Sport. Tourism. Motor Recreation], 2016, vol. 1, no. 2, pp. 25–28. (In Russ.).
4. Dolmatov G.M. *Mezhdunarodnyy turistscheskiy biznes: istoriya, real'nost' i perspektivy* [International Tourism Business: History, Reality and Perspectives]. Rostov on Don, 2001. 368 p. (In Russ.).
5. Nurtdinova A.M. Formirovaniye konkurentosposobnogo brenda v turizme (na primere territorial'no-rekreatsionnogo kompleksa Zolotoe kol'tso Rossii) [Creating a Competitive Brand in Tourism (on the Example of Territorial-recreational Complex of the Golden Ring of Russia)]. *Turizm i kul'turnoye nasledie. Mezhvuzovskiy sbornik nauchnykh trudov. Vypusk 3* [Tourism and Cultural Heritage. Interuniversity Collection of scientific Works. Issue 3]. Moscow, 2000. 378 p. (In Russ.).
6. Papiryan G.A. *Mezhdunarodnye ekonomicheskiye otnosheniya: marketing v turizme* [International Economic Relations: Tourism Marketing]. Moscow, 2000. (In Russ.).
7. Ekspansion. Available at: <http://www.expansion.com/empresas/transporte/2016/06/22/576a595ee5fdea8f348b45db.html> (In Russ.).
8. Dolya turizma v VVP Rossii pochti v sem' raz men'she srednemirovogo znacheniya [The Share of Tourism in Russia's GDP is almost Seven Times Lower than Average Values]. *Parlamentskaya gazeta* [The Parliamentary Newspaper]. Available at: <https://www.pnp.ru/economics/2016/01/20/dolya-turizma-vvvp-rossii-pochti-vsem-raz-menshe-srednemirovogo-znacheniya.html> (In Russ.).
9. Sousa A.A. *Marco teórico para a análise das peregrinacións*. Homo peregrinus, Edicións Xerais, Vigo, 1999. (In Spain.).
10. Bouza A.F. *Sociosimbólica do Camiño de Santiago. O Camiño Portugués*. Aulas no Camiño, Universidade da Coruña, A Coruña, 1999. (In Spain.).
11. De la Torre, O. *El turismo. Fenómeno social*. Fondo de Cultura Económica, México, 1990. (In Spain.).