УДК 304.2+122/129 Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. 2017. Т. 33. Вып. 3

И. Ф. Игнатьева

МНОГОМЕРНОСТЬ ТУРИЗМА: ФИЛОСОФСКИЙ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ, ПОЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

В статье предпринят философский анализ различных аспектов туризма. Современный туризм проявляется в форме социального, культурного, экономического, политического феноменов. Автор показывает необходимость комплексного изучения туризма, раскрывает связь понятий «туризм» и «путешествие», рассматривает отличие туризма от других видов путешествия. Проблемы туризма затрагиваются в аспекте проявления его онтологической сущности. Дается анализ антропологических характеристик туризма, показана его связь с такими явлениями, как номадизм и дромомания. Туризм характеризуется как социальный номадизм, социальное кочевничество, а возрастающая потребность в перемещении — как универсальное свойство современного человека. В статье анализируется особенность проявления туризма как экономического феномена. В этом аспекте туризм предстает совершенно в ином сущностном выражении. Туризм — это многоотраслевой экономический комплекс, объединяющий предприятия различной отраслевой принадлежности. Автор дает анализ туризма в политическом и геополитическом аспектах. В этом смысле туризм выступает в аспекте потоков. Массовые туристские потоки имеют выраженные геополитические влияния. В статье идет речь о складывающихся акторах и центрах влияний, связанных с туризмом, о формировании особого пространства туристских потоков. Библиогр. 13 назв.

Ключевые слова: туризм, туристская индустрия, путешествие, посетитель, обычная среда, институционализация туризма, номадизм, дромомания, экономика туризма, геополитические влияния туризма.

I. F. Ignatyeva

MULTIDIMENSIONALITY TOURISM: PHILOSOPHICAL, ECONOMIC, POLITICAL ASPECTS

The article offers a philosophical analysis of the various aspects of tourism. Modern tourism is manifested in the form of social, cultural, economic, political phenomena. The author shows the need for a comprehensive study of tourism, reveals the relationship of the concepts “tourism” and “travel”, examines the distinction of tourism from other types of travel. Problems of tourism are covered in the aspect of its ontological essence. Also analyzed are the anthropological characteristics of tourism, tourism’s connection with such phenomena as nomadism and dramamine. Tourism is characterized as a social nomadism. The increasing need for movement is a universal property of modern man. With the article is analyzed the peculiarity of the existence of tourism as an economic phenomenon. In this aspect, tourism appears as a completely different entity manifestation. Tourism is a diversified economic complex which unites enterprises of different industries. The author gives an analysis of tourism in its political and geopolitical aspects. In this sense, tourism is in the aspect of flows. Massive tourist flows have a pronounced geopolitical influence. The article deals with the emerging actors and centers of influences of tourism, the formation of a special space tourist flows. Refs 13.

Keywords: Tourism, tourist industry, travel, visitor, usual environment, the institutionalization of tourism, nomadism, dramamine, the economics of tourism, the geopolitical impact of tourism.

Игнатьева Ирина Федоровна — доктор философских наук, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Российская Федерация, 191186, Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, 48; iifed@mail.ru

Ignatyeva Irina F. — Full Doctor of philosophical Sciences, Professor, Herzen State Pedagogical University of Russia, 48, Moyka emb., St. Petersburg, 191186, Russian Federation; iifed@mail.ru

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2017

DOI: 10.21638/11701/spbu17.2017.306

Туризм является предметом исследования ученых, принадлежащих к различным дисциплинарным традициям. Дисциплинарные фоны, применимые к туризму, весьма разнообразны. При этом большинство исследовательских задач сосредоточено на организации экономического развития туризма как отрасли, в то время как другие аспекты (философский, политический, культурологический и др.) представляются второстепенными. Такое положение свидетельствует об упрощении подхода к исследованию туризма. При этом существует значительный разрыв между абстрактной теорией и эмпирическими исследованиями в области туризма. Именно философский теоретический анализ может служить основой для понимания сложного междисциплинарного феномена туризма.

Проблема всеобъемлющего изучения туризма ставится как в российской, так и в зарубежной литературе [1; 2]. Ситуация осложняется тем, что туризм как предметная область исследования не представлен специальной отдельно существующей наукой. Вопрос о создании единой, целостной науки о туризме только ставится, название такой науки («туристика», «туризмология», «туризмоведение» и проч.) обсуждается [3, с. 58; 4, с. 5]. Идут дискуссии о возможности существования дисциплины, изучающей туризм в целом. Имеет место стремление отделить теорию туризма от других дисциплин, ставится вопрос о различии в подходах к туризму с точки зрения теоретической науки и прикладных исследований (Д. Р. Брент Ричи, Лорн Р. Шихан, Селдиан Тимур и др.) [5, с. 33–41]. Наука о туризме, если брать ее в аспекте целостности, требует четкого определения предмета и объекта изучения, единого комплексного подхода, систематизации существующих научных подходов к анализу развития туризма, обобщения накопленных знаний о туризме, изучения системы межпредметных связей, выработки единых методов изучения туризма [6, с. 14–21; 7, с. 8–16]. Сегодня существует потребность в науке, которая синтезирует данные различных научных дисциплин, изучающих туризм, и займется формированием и развитием целостной концепции туризма. Настоятельная потребность в ее развитии все возрастает. Такая наука должна объединить туристские исследования многих наук: истории, философии, географии, социологии, политологии, психологии, антропологии, экономики, экологии, рекреалогии и др. Каждая из перечисленных наук изучает туризм по-своему, но ни одна — в целом. Сформируется ли единая наука о туризме, покажет время.

В данной статье предпринята попытка осветить понятие «туризм» с точки зрения философского, экономического и политического аспектов. Начнем с определения данного понятия. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности» дается следующее определение туризма: «Туризм — временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее — лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [8]. Понятие «турист» уточняет и дополняет определение туризма. «Турист — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на пери-

од от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания» [8].

Исходя из анализа данных определений, можно выделить четыре главных признака туризма, которые дают возможность сформулировать критерии отличия туристов от других путешественников. Первый признак туризма — изменение обычного места жительства или выезд за пределы обычной среды. Туризм есть результат передвижения людей по различным маршрутам от места их постоянного проживания. Второй признак туризма — фиксированная продолжительность пребывания путешественника в месте поездки. По международным нормам предельным сроком пребывания в другой стране с туристскими целями считается 12 месяцев (в России — 6 месяцев). Человек, пребывающий в стране дольше этого срока, считается местным жителем. Третий признак туризма — отсутствие получения дохода во время поездки из источников страны (места) временного пребывания. Этот критерий связан с проявлением экономической сущности туризма, которая основана на том факте, что турист должен оставлять свои финансы в месте временного пребывания, а не зарабатывать там. Страны, развивающие туризм, рассчитывают на получение экономической прибыли от туристов, а не наоборот. Четвертый признак туризма — цель, мотив туристской поездки. Туристами движут так называемые туристские мотивы (отдых, удовлетворение познавательных потребностей, оздоровительные и лечебные, профессионально-деловые цели, посещение родных, знакомство с новой культурой и т. д.).

Приведенные в Федеральном законе определения даны в русле основных международных документов, в главных своих параметрах признаются во всех странах и будут использоваться в статье в качестве основания для дальнейших обобщений.

Туризм сегодня приобретает глобальный характер. Туризм — явление многомерное. Универсальность, широкая распространенность, возрастающая значимость этого явления связаны не только изменившимся характером современного общества, но с самой онтологической природой туризма как социокультурного феномена.

С философской позиции туризм может быть представлен как явление, непосредственно связанное с проявлениями человеческой природы, как явление сервиса и рекреации, как социальный и культурный институт. Этимологически понятие «туризм» восходит к французскому слову «tour» — прогулка, поездка и чаще всего ассоциируется с путешествием, отдыхом, препровождением свободного времени. Туризм — это деятельность человека, но деятельность не вынужденная, необходимая, трудовая, а свободная досуговая. Трудовая деятельность человека вызвана необходимостью, деятельность во время путешествия, хотя и может быть достаточно напряженной (например, поход в горной местности), является свободной, доставляет ему положительные эмоции и способствует рекреации. Туризм как деятельность связан с перемещением человека в пространстве, с посещением мест, отличных от его постоянного обыденного пребывания, что вызывает ряд следствий социокультурного характера.

В туристской поездке человек приобщается к ценностям иной культуры, встречается с интересными событиями и артефактами, более глубоко постигает и осваивает культуру собственного народа. В этом смысле туризм может рассматриваться как явление социальной и межкультурной коммуникации. Туризм связан с реаль-

ным и иллюзорным освоением пространства. Туризм как система включает в себя географические составляющие, такие как регион, из которого едут туристы, транзитный регион и регион туристской дестинации[1].

По смыслу понятие «туризм» наиболее близко понятию «путешествие». Людям свойственна «охота к перемене мест». Ставшая бестселлером книга Алена де Боттона «Искусство путешествия» в художественной форме раскрывает ощущение путешествия, тягу к нему, красоту путешествия. «Путешествие способствует самоорганизации образов пространства. Движение путешественника происходит одновременно в реальном и образном пространствах. Чем интенсивнее его движение, тем более взаимосвязанными становятся эти пространства. Вершина, идеал путешествия — отождествление реального и образного пространства, рождение образа самого путешествия» [9].

Туризм как антропологическое явление может быть представлен через проявление глубинных жизненных потребностей человека. Поэтому обратимся к двум современным понятиям, имеющим отношение к проявлениям человеческой сущности в целом и в то же время связанным с сущностными характеристиками туризма. Это понятия «номадизм»[2] и «дромомания»[3].

Понятие «номадизм» (от анг. nomad — кочевник, странник, бродяга) в последнее время получило широкое распространение. Оно используется в постмодернистской, феминистической, феноменологической литературе. Номадическое сознание — стиль релятивистского, критического сознания, отказывающийся от социального нормирования, ориентирующийся на свободное самовыражение. Под номадизмом понимается интеллектуальное, экзистенциальное, сущностное кочевничество человека как субъекта. Это радикальная форма непринадлежности себе. Номад в данном понимании скорее представляется странником, бродягой, чем собственно кочевником. Это субъект, не имеющий точек отсчета. Это турист — путешественник в сфере своего «Я».

Туризм в общетеоретическом плане — это своего рода социальный номадизм, социальное кочевничество. Возрастающая потребность в перемещении как универсальное свойство современного человека — один из факторов, превращающих сегодняшний туризм в явление глобального порядка.

На индивидуальном уровне тяга к перемещениям в пространстве может переходить в непреодолимое желание, превращаться в патологическую страсть. Существует понятие дромомании как непреодолимого влечения к перемене мест. Дромомания — психологический термин, который может означать разную степень такого влечения вплоть до патологической формы, нарушения психики. Дромомания как патологически сильная страсть к путешествиям встречается у некоторых бродяг, у подростков. Проявляется как расстройство поведения, как разновидность патологических привычек в структуре девиации. Еще ее называют «зависимость пи-

---

[1] Под регионом туристской дестинации понимается территория, на которой предлагается определенный набор услуг, отвечающих потребностям туриста и удовлетворяющих его спрос на перевозку, ночевку, питание, развлечения и т. д.

[2] Номады (*гр*. nomades) — древнегреческое название кочевников; тенденция часто менять место жительства и/или род занятий.

[3] Дромомания (*гр*. drómos — дорога, путь, бег; *гр*. mania — безумие, страсть, влечение) — непреодолимое стремление к перемене мест, переездам, бродяжничеству.

лигримов». Истинная дромомания — нарушение сложных инстинктов поведения в виде неодолимого влечения к бродяжничеству — проявляется в побегах из дома и возникает не так уж часто. Этот факт относят к так называемым сверхценным психопатическим увлечениям. Чаще встречается подростковая дромомания, которая практически пропадает к зрелому возрасту.

Конечно, не следует напрямую соотносить эти процессы с понятием «туризм», вместе с тем в антропологическом аспекте эти явления имеют один корень, который связан с потребностью человека в перемене мест. Любой человек испытывает потребность в путешествии, перемещении, туризме. Современная социальная ситуация связана с постоянным ростом потребности человека в свободном познавательном, социокультурном перемещении, целью которого является отдых, рекреация, осуществление своих духовных и физических потребностей. Данные потребности имеют всеобщий, глобальный характер. Удовлетворение этих потребностей в обществе требует развития определенного института туристской деятельности, которая получает распространение в культурной, социальной и экономической сферах.

В туризме как явлении культуры особое значение приобретает «человеческое измерение». Туризм имеет значительные коммуникативные возможности. С помощью туризма активизируются процессы межкультурной коммуникации. Реализуясь на уровне частной жизни людей, их личностных переживаний и событий, туризм чаще всего сближает людей. Непосредственное знакомство с чужой культурой позволяет не только узнавать ее, но и сопереживать, проникать в ее глубины.

В путешествии человек не просто потребляет туристский продукт, но и приобщается к культуре, осваивает ее, развивает собственную духовность (ценности, убеждения, смыслы). При этом человек, приехавший в другую страну с целью постигнуть чужую культуру, сам выступает носителем иной культуры. Вступая в общение с местными жителями, он в той или иной степени демонстрирует, а в определенных случаях и транслирует, передает, распространяет свои ценности и смыслы. Конечно, эти процессы межкультурного взаимодействия в туристической поездке ограничены и определены временными рамками, программами поездок и встреч, расписанием и экскурсиями.

Культурно-ценностные мотивы, ролевые комплексы, социально закрепленные за определенными социальными группами, определяют туристские мотивы, цели и ценности, позволяющие развиваться институту туризма в разнообразных видах и формах. Туризм институционализирутся в социокультурном процессе. В этом смысле он становится культурным институтом. Институционализация явлений культуры — процесс сложный и противоречивый. Антропологическая и ценностная составляющие туризма направлены на самореализацию человеческой единичности (частности). В таких сферах, как политика и экономика, человек демонстрирует свою публичность, в туризме он проявляет свою частность, единичность. Реализуя эти особенности, туризм проявляет себя в качестве культурного института.

Особенные роли, ценностные мотивации этих ролей, переживания и личностные смыслы реализуются и в туристской деятельности. Включение туризма в целостный процесс культурной жизни, а отчасти и сам процесс организации туристских поездок можно рассматривать как различные стороны институционализации туризма. В силу универсальности и многообразия культурных форм характеристи-

ками туризма как культурного института выступают социальные, экономические и собственно культурные проявления.

Туризм может быть рассмотрен как явление экономическое. Потребность в путешествиях связана не только с внутренними процессами мотивации и целеполагания, но и с внешними социальными процессами. В этом аспекте туризм предстает совершенно в ином сущностном выражении. Такая многосущностность, многоаспектность проявляется на практике в противоречиях определений туризма. Это многоотраслевой экономический комплекс, объединяющий предприятия самой разной отраслевой принадлежности: гостиницы, транспортные услуги, услуги питания, развлечения туристов и др.

Организация туризма сегодня представляет собой важную часть сферы услуг. Экономические отношения складываются по поводу оказания услуг. Индустрия туризма — это сфера производственных и непроизводственных видов деятельности, направленных на создание товаров и услуг для путешествующих. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дается следующее определение этого понятия: «Туристская индустрия — совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков» [8]. Сфера туризма, в отличие от других отраслей экономики, объединяет самые различные предприятия и виды деятельности. Как экономическое образование туристская отрасль включает строительство дорог, гостиничных комплексов, обустройство новых территорий. Развитие индустрии туризма сказывается на развитии других отраслей экономики (создаются новые рабочие места, расширяется торговый оборот, возрастает поток инвестиций). Государство получает доход в виде налогов. В этом смысле туризм выступает как крупный самостоятельный многоотраслевой хозяйственный компонент национальной и мировой экономики.

Туризм выступает не только в форме социокультурного, экономического, но и политического феномена. Особенно наглядными представляются геополитические влияния туризма. В сегодняшнем мире силой ничего не решишь, геополитику давления и захвата заменила геополитика влияний [10, с. 69–86; 11, с. 250–257]. Методы влияний серьезно изменились. На смену прямому давлению и вооруженному захвату пришли влияния информационные, экономические, спортивные и пр. Одним из факторов влияния сегодня является туризм. Туризм выступает фактором геополитического влияния посредством массовых туристских потоков, которые подготавливают почву для соответствующих экономических и политических решений, например, решений об открытии границ, о таможенных послаблениях и т. д.

В современной геополитике крупные державы рассматриваются как геополитические акторы. Актор — это действующее лицо в определенной системе отношений. В туризме, так же как и в политике, складываются акторы и центры влияний. Например, США являются влиятельным актором не только в различных аспектах политики и экономики, но и в туризме. Так, Россия может расширить свои геополитические возможности, став активным игроком на рынке туризма, что в свою очередь

расширит ее политические и экономические влияния. Пока в сфере туризма Россия — актор малозначащий, поскольку занимает только 6 % от доли США [12, с. 4].

Анализ изменения туристических потоков показывает, что экономические и политические центры, как правило, оказываются и центрами туризма. В экономически развитых центрах развивается и туризм, особенно такая его разновидность, как деловой туризм. Однако нет абсолютной зависимости между уровнем развитости страны как туристской дестинации и экономическим развитием страны в целом. Различные виды мирового туризма порождают своих акторов влияний. Например, деловой туризм обусловливает появление своих центров влияний, таких как Барселона, о которых можно говорить отдельно.

В системе туристских влияний формируются относительно устойчивые направления и потоки, определяющие геополитические влияния. Складывается особое пространство туристских потоков. Потоки формируют отдельные сети. Сегодня уже существует всемирная туристская сеть, она состоит из туристских потоков и туристских центров. В системе с создаваемыми туристскими центрами и акторами влияний формируется особое пространство социальных сетей, социальных связей и взаимодействий.

Влияние туризма на геополитику требует своего осмысления. Необходимо выявлять потоки влияний, центры и акторов, определять крупнейшие державы, изучать место и перспективы России на поле геополитики туризма. До недавнего времени самые мощные потоки российского туризма, оказывавшие культурное и геополитическое влияние, были направлены в Египет и Турцию. Распространение русского языка в силу большого количества туристов из России привело к тому, что жители этих стран поддерживали любые политические шаги своего правительства, направленные на укрепление связей с Россией. Туризм служил популяризации культуры России. Большинство гидов были из России, было заключено много межнациональных браков. Это создавало почву для превращения туристских связей в социальные и культурные, что, свою очередь, имело непосредственное влияние на политику: развитие туризма требовало политического сближения. Однако изменения геостратегии со стороны Турции и террористическая атака на российский самолет в Египте нарушили прежние геополитические влияния, связанные с мощными турпотоками в эти страны. Тем не менее глобальные тенденции геполитики туризма сохранились, влияние туризма на геополитику в этих странах еще проявит себя.

Изменения пространственных потоков в аспекте туризма представляют собой важную проблему геополитики. Всевозрастающие туристические потоки оказывают вляние на ход коммуникационных процессов, а это, в свою очередь, отражается на пространственно локализованных социальных взаимодействиях и прежде всего изменяет старые и создает новые значимые коммуникационные центры, обычно связанные с объектами туристского интереса. Следует отметить сложность взаимодействий между туризмом, обществом и пространством. Чтобы более четко определить характеристики этого пространства, следует исследовать эмпирические данные о движении туристских потоков [13, с. 12–15]. Необходимо обрисовать профиль нового пространственного процесса, пространства потоков. Идет постоянное генерирование новых туристских потоков и акторов, формирование туристских центров, Мекк туризма, рассеивание таких центров по земному шару.

Таким образом, рассмотрение туризма с различных сторон позволяет выявить многоуровневость и многофункциональность данного понятия. Философский анализ позволяет вскрыть сущностную природу туризма, заложить основу для комплексного исследования туризма, создания целостной науки о туризме, столь необходимой для современной практики.

Литература

1. *Зорин И. В.* Феноменология путешествий: в 8 ч. Ч. III: Философия путешествий. 2-е изд., стереотип. М.: Советский спорт, 2010. 69 с.

2. *Goeldner Ch. R., Brent Ritchie J. R.* Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 12th ed. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons, 2006. 624 p.

3. *Квартальнов В. А.* Теория и практика туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2003. 671 с.

4. *Лойко О. Т.* Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2007. 157 с.

5. *Brent Ritchie J. R., Lorn R.* Sheehan and Seldjan Timur Tourism Sciences or Tourism Studies? Implications for the Design and Content of Tourism Programming // Teros. Revue de Recherche en Tourisme. 2008. 27–1. P. 33–41.

6. *Игнатьева И. Ф.* Организация туристской деятельности: учеб. пособие. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2015. 448 с.

7. *Игнатьева И. Ф., Власова Т. И.* Туристская деятельность: организация, экономика, политика. СПб.: Д. А. Р. К., 2014. 159 с.

8. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. 03.05.2012). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129632/ (дата обращения: 12.12.2015).

9. *Замятин Д. Н.* Путешествие. Геокультура и процессы межцивилизационной адаптации: стратегии репрезентации и интерпретации ключевых культурно-географических образов. URL: http://deja-vu4.narod.ru/Journey.html (дата обращения: 12.12.2015).

10. *Исаев Б. А.* Геополитика классическая и геополитика современная // Политические исследования. 2011. № 2. С. 69–86.

11. *Исаев Б. А.* Геополитика: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2016. 496 с.

12. Турбарометр Северо-Запада: Факты и тенденции развития туристского рынка на Северо-Западе России в 2008–2009 гг. Санкт-Петербург, 2009. Октябрь. 31 с.

13. *Игнатьева И. Ф.* Динамика мировых туристских потоков в геополитическом аспекте // Вестник Национальной академии туризма. 2011. № 2 (18). С. 12–15.

Для цитирования: Игнатьева И. Ф. Многомерность туризма: философский, экономический, политический аспекты // Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. 2017. Т. 33. Вып. 3. С. 307–315. DOI: 10.21638/11701/spbu17.2017.306.

References

1. Zorin I. V. *Fenomenologiia puteshestvii* [*The Phenomenology of travel*], 8 h. H. III. The philosophy of travel. 2nd ed., erased. Moscow, Sovetskii sport, 2010. 69 p. (In Russian)

2. Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 12 th Edition. Hoboken (NJ), John Wiley & Sons, 2006. 624 p.

3. Kvartal'nov V. A. *Teoriia i praktika turizma: Uchebnik* [*Theory and practice of tourism: Textbook*]. Moscow, Finansy i statistika Publ., 2003. 671 p. (In Russian)

4. Loiko O. T. *Turizm i gostinichnoe khoziaistvo: Uchebnoe posobie* [*Tourism and hospitality management: Training allowance*]. Tomsk, Publishing house TPU, 2007. 157 p. (In Russian)

5. Brent Ritchie J. R., Lorn R. Sheehan and Seldjan Timur Tourism Sciences or Tourism Studies? Implications for the Design and Content of Tourism Programming. *Teros. Revue de Recherche en Tourisme*, 2008, 27-1, pp. 33–41.

6. Ignat'eva I. F. *Organizatsiia turistskoi deiatel'nosti. Uchebnoe posobie. Standart tret'ego pokoleniia* [*Organization of tourist activity. Training manual. Third-generation standard*]. St. Petersburg, Piter Publ, 2015. 448 p. (In Russian)

7. Ignat'eva I. F., Vlasova T. I. *Turistskaia deiatel'nost': organizatsiia, ekonomika, politika* [*Tourism activity: organization, economics, and politics*]. St. Petersburg: D. A. R. K. Publ., 2014. 159 p. (In Russian)

8. *Federal'nyi zakon ot 24.11.1996 g. № 132-FZ "Ob osnovakh turistskoi deiatel'nosti v Rossiiskoi Federatsii"* [*Federal law dated 24.11.1996 № 132-FL "About bases of tourist activity in the Russian Federation"*]. Ed. 03/05/12. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129632/ (accessed: 12.12.2015). (In Russian)

9. Zamiatin D. N. *Puteshestvie. Geokul'tura i protsessy mezhtsivilizatsionnoi adaptatsii: strategii reprezentatsii i interpretatsii kliuchevykh kul'turno-geograficheskikh obrazov* [*The Journey. Geoculture and inter-civilizational processes of adaptation: strategy of representation and interpretation of key cultural and geographical images*]. Available at: http://deja-vu4.narod.ru/Journey.html (accessed: 12.12.2015). (In Russian)

10. Isaev B. A. Geopolitika klassicheskaia i geopolitika sovremennaia [Geopolitics classical and modern geopolitics]. *Politicheskie issledovaniia,* 2011, no. 2, pp. 69–86. (In Russian)

11. Isaev B. A. *Geopolitika: Uchebnik dlia vuzov. Standart tret'ego pokoleniia* [*Geopolitics: The textbook for high schools. Third-generation standard*]. St. Petersburg, Piter Publ, 2016. 496 p. (In Russian)

12. *Turbarometr Severo-Zapada: Fakty i tendentsii razvitiia turistskogo rynka na Severo-Zapade Rossii v 2008–2009 gg.* [*Turbarometr Northwest: facts and trends in the development of the tourist market in Northwest Russia in the 2008–2009 biennium*]. St. Petersburg, Russia. Oct. 2009. 42 p. (In Russian)

13. Ignat'eva I. F. Dinamika mirovykh turistskikh potokov v geopoliticheskom aspekte [Dynamics of world tourist flows in geopolitical aspect]. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma*, 2011, no. 2 (18), pp. 12–15. (In Russian)

For citation: Ignatyeva I. F. Multidimensionality tourism: philosophical, economic, political aspects. *Vestnik SPbSU. Philosophy and Conflict studies*, 2017, vol. 33, issue 3, pp. 307–315. DOI: 10.21638/11701/spbu17.2017.306.

Статья поступила в редакцию 23.11.2016
Статья рекомендована в печать 16.03.2017