**UOT 32:93/94**

**СОНА АБАСОВА**
*Диссертант Бакинского Государственного Университета*
**Sabasova9@gmail.com**

# ТУРИЗМ КАК НОВАЯ ПЕРСПЕКТИВНАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И СТАБИЛЬНОСТИ В МИРЕ

DOI: https://doi.org/10.36719/2708-065X/109/176-180

*Автор в статье отмечает возросшую роль туризма как новой перспективной политической стратегии для устойчивого сотрудничества и стабильности в мире. Основным инструментом сотрудничества рассматриваются туризм, который урегулирует международные отношения. Дается общая характеристика, представлены ключевые стратегии для устойчивого сотрудничества. Учитывая многоплановый характер туристического сектора, особое внимание автор выделяет созданию эффективного сотрудничества между заинтересованными сторонами, включая государственные учреждения, частный сектор, научные круги и гражданское общество.*

*Ключевые слова:* туризм, сотрудничество, стабильность, политика, стратегия.

***Введение.*** В глобализирующимся мире туризм представляет собой такой вид деятельности, который способен урегулировать международные отношения, при этом одновременно сохранить интересы государства. Правильная политическая стратегия создает условия для построения долгосрочных отношений между государствами. Туризм выходит за рамки национальных границ, и существует ряд преимуществ для стран в пределах географического региона, работающих друг с другом в развитии, управлении и продвижении своих туристических секторов. Региональное сотрудничество в области туризма может способствовать укреплению экономических, социальных и культурных связей между странами, тем самым улучшая имидж региона и делая его более привлекательным для иностранных гостей и инвестиций. Развитие регионального подхода также создает более широкий рынок спроса и предложения туристических услуг и предлагает большее разнообразие и более широкий спектр впечатлений для путешественников и туристов.

Туризм может крайне эффективно воздействовать на политические отношения, иметь функции политического влияния и быть частью политического позиционирования и продвижения политических ценностей. Туризм имеет существенное значение в международных политических отношениях как инструмент вывода государств на глобальные рынки, как способ выхода стран из международной изоляции, как фактор формирования позитивного образа страны, её инвестиционной и прочей привлекательности, как локомотив для синергетического развития иных отраслей экономики. Кроме того, обозначено, что туристический поток может использоваться с точки зрения политического давления на то или иное государство. Особенности туризма как политического инструмента международной трансляции гуманитарных ценностей и смыслов, осуществления народной дипломатии и реализации факторов «мягкой силы» в современных международных отношениях.

В статье даны методы по гармонизации влияния туристической деятельности на политические отношения на международном уровне, также отмечено необходимость внимания на сущностные особенности туристической деятельности в части её связи с международным политическим процессом.

***Основное содержание.*** Туризм может крайне эффективно воздействовать на политические отношения, иметь функции политического влияния, быть частью политического позиционирования и продвижения политических ценностей. **Как может влиять туризм на политические отношения между государствами?**

Существует, семь направлений, в которых туризм выступает результативным инструментом в глобальной политике.

1. Туризм как инструмент выхода страны на мировой рынок.
2. Развитие туризма с целью выхода из международной изоляции.
3. Влияние на туристический поток как инструмент политического воздействия и давления.
4. Туризм как фактор формирования позитивного имиджа страны.
5. Туризм как трансляция гуманитарных ценностей.
6. Туризм как инструмент «народной дипломатии».
7. Туризм как «мягкая сила».

Рассмотрим эти направления в примерах. Если говорить о *глобальном рынке*, он начал формироваться на рубеже XIX–XX вв. Туризм как существенная часть глобальных экономических отношений стал развиваться только после Второй мировой войны. Если сравнить с концом прошлого века, то в мире постоянно путешествовало всего около 20 млн человек, а в настоящее время число туристов уже перевалило за миллиард [1].

Одна из причин роста числа туристов это рост численности среднего класса по всему миру, а вторая – рост экономики не только в индустриально развитых странах, но и на развивающихся рынках. Примером можно перечислить Египет, страны Персидского залива, Турцию и Восточную Европу. Самым ярким примером является опыт Китайской Народной Республикой (КНР), которая становится не только крупнейшим туристическим рынком с точки зрения численности постоянно путешествующего населения, но и одной из крупнейших принимающих туристов держав мира. Существующие многие десятилетия рынки часто уже страдают от избыточного притока туристов, что, например, наблюдается в Барселоне и других глобальных туристических городах. Эта проблема получила наименование *«овертуризма»* [2]. Вводимые властями перенасыщенных туристами городов и регионов ограничения (как административные, так и финансовые) приводят к туристическому перетоку, в том числе, на новые рынки. Данное обстоятельство позволяет выходить на глобальный уровень новым странам, как например странам Африки. С учетом обширности континента и разнообразия (климатического и культурного) это позволит выйти на глобальный рынок новым серьезным экономическим и культурным игрокам. Здесь можно вспомнить Эфиопию, Намибию и др. Стабилизация политической ситуации на африканском континенте позволит появиться десяткам новых привлекательных туристических дестинаций. Эффективное туристическое позиционирование позволит уже в скором будущем на рынках новых туристических государств сформироваться новым глобальным экономическим и культурным центрам, подобным, например, Абу-Даби и Эмиратам, в целом. ОАЭ сейчас уже кажутся традиционным туристическим и деловым центром, хотя «открытие» Эмиратов как направления состоялось, с точки зрения мировой экономики, совсем недавно.

Современная политика иногда приводит то или иное государство (а иногда и группы государств) к серьезной степени изоляции. Государство закрывается либо для собственной защиты (как это делает КНДР), либо в силу того, что другие государства пытаются осознанно изолировать ту или иную страну по политическим причинам. Примеры подобной «изоляции» известны. Важны не они, а то, как некоторые страны с помощью туризма выходили из той самой международной изоляции. Несколько слов надо сказать о таком важном явлении как легитимизация непризнанных государств. Туризм здесь также играет, во многом, определяющую роль. Подобную стратегию реализует Турецкая Республика Северного Кипра (ТРСК), которую, на сегодняшний день, формально признали только Турция и Абхазия, что не мешает туркам-киприотам принимать на северо-востоке острова Кипр больше миллиона туристов в год из самых разных стран мира. Как показывает практика, юридическая легитимность существования того или иного государственного образования или региона в составе того или иного государства, не всегда играет существенную роль. Значительно большее значение имеют экономические отношения. И если тот или иной регион признают туристы, то можно со всей уверенностью говорить

о фактической легитимизации тех или иных территориальных изменений. В данном контексте мы сейчас говорим о Крыме и Севастополе, а в перспективе – о Донбассе, Приднестровье, южных регионах Украины и др. [3].

Иногда, чтобы оказать политическое воздействие через экономическое давление в силу политическим причин страны начинают препятствовать международному туристическому потоку по конкретному направлению. Цель ослабевать страну, чтобы она стала политически более «сговорчивой». Примером можно привести Сербию в союзе с Черногорией в период балканских войн конца прошлого века, а также отношения России со странами Западной и Центральной Европы в 2022 году. После февраля 2022 года против России было введено санкции, что, конечно, влияет на взаимный туристический поток.

Туризм привлекает внимание к стране, что повышает её инвестиционную привлекательность. Это касается не только туристической отрасли, туристический поток стимулирует модернизацию старых и открытие новых аэропортов и транспортных путей, создание новых рабочих мест в потребительском секторе. Он крайне эффективно влияет на жилищное строительство и сферу коммерческой недвижимости, изменяет структуру занятости и положительно влияет на рост налогооблагаемой базы, стимулирует развитие сельского хозяйства. Нужно отметить также то, что туризм делает страну модной. Что это означает? Путешествие по данному направлению становится «обязательным» для определенной категории людей. Рост туристического потока приводит к росту деловой активности, как в финансовой, страховой, банковской сфере, так и в индустрии развлечений. Высокий уровень развития сначала туристической экономики, а потом и иных отраслей производства, предопределил политический дискурс, позволивший, в свое время, обсуждать перспективы придания статуса кандидата на вступление в ЕС для Туниса как одной из самых развитых экономик африканского Средиземноморья начала 2000-х годов. Однако «арабская весна» поставила крест на данных политических амбициях. Нужно отметить, что «арабская весна» не позволила Египетской Арабской Республике войти в «двадцатку» ведущих экономик мира, но при установлении стабильного политического режима сможет реализовать данную амбицию.

Если государство хочет быть представлено в глобальной повестке и продвигать на мировой арене некую систему ценностей, то первый шаг по ознакомлению потенциальных потребителей с данными ценностями – это массовый «завоз» туристов, чтобы они смогли «впитать» те самые идеи и смыслы, которые данное государство намерено экспортировать. Гуманитарное лидерство в век тотальной информационной открытости и проникновения информации в самый разные сферы деятельности становится часто определяющим факторов в глобальной политике. Факторы военного превосходства или даже экономического влияния иногда уходят на второй план по сравнению в превосходстве в сфере гуманитарных и духовных ценностей. Туристы, как, впрочем, и студенты, находящиеся на территории того или иного государства, так или иначе, становятся трансляторами гуманитарных, культурных и духовных ценностей той страны, в которой они побывали. В связи с этим эффективное туристическое продвижение приобретает существенные факторы политической экспансии и политического давления на другие страны. Гуманитарные ценности довольно эффективно продвигает Индия, буддистский мир и даже страны Карибского бассейна. Глобальное лидерство китайской социальной сети TikTok (а, например, американцы проводят в данной сети больше времени, чем на любой другой платформе) – тоже часть истории про эффективную трансляцию смыслов и ценностей. Во время охлаждения политических отношений между государствами на роль инструмента межгосударственного общения приходит метод «народной дипломатии». Она не играет существенной роли, главная цель поддержание неофициальной коммуникации. Туризм в этом плане является формой межгосударственного неформального общения, то есть «народной дипломатии». Инструменты «народной дипломатии» широко использовались в период «Холодной войны», туристические поездки играли свою роль и были востребованы не только с точки зрения создания впечатлений, но и с точки зрения обеспечения постоянного неформального политического диалога. В современных условиях туризм как «народная дипломатия» также вполне применим на практике. Как бы низко ни опускался градус межгосударственных политических отношений,

взаимные туристические поездки, так или иначе, будут совершаться, и потенциал их политического применения, в настоящее время, по-прежнему высок, значителен и востребован.

Про феномен «мягкой силы» в последние десятилетия сказано очень многое. К «мягкой силе» относят культурное, образовательное, мировоззренческое и иное духовное политическое влияние. Также факторами «мягкой силы» обладают диаспоры, спорт, религиозные отношения и иные социальные явления. Туризм как вид человеческой деятельности и форма социальных отношений также обладает потенциалом «мягкой силы». Последнее обстоятельство связано с тем, что приезжающий по туристическим причинам человек, в любом случае, остается гражданином своей страны, а значит – в состоянии оказывать влияние на её политику. Если турист, очарованный впечатлениями, получил духовную связь с принимающей его в рамках туристической поездки страны, то, в той или иной степени, данный человек становится «трянслятором» [5].

***Заключение.*** Туризм как социальная система, человеческая деятельность и сфера социальных отношений, безусловно, связана с другими социальными системами. Политика, в том числе, международного или глобального уровней, в данном случае, не является исключением. В первую очередь туризм играет роль формы вывода страны на глобальные рынки, выполняет функции инструмента выхода государства из международной изоляции, содействует формированию и развитию инвестиционной и иной привлекательности страны, обеспечивает экономическое развитие различных отраслей хозяйствования. Также важно добавить, что туризм играет существенную роль в гуманитарном продвижении политических ценностей и смыслов, в осуществлении народной дипломатии и реализации факторов «мягкой силы». Туризм часть международных экономических и политических отношений, в связи с этим, важно осознавать и учитывать политический аспект международной туристической деятельности, особенно в части продвижения политических ценностей и защиты собственной культурной самобытности и безопасности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новичков Н.В. Туризм как фактор глобальной политики // Россия в глобальной политике. 2016. Т.14. №3. С. 208-221.
2. Новичкова А.В., Новичков Н.В. Овертуризм: локальные проблемы и глобальные решения // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т.13. №4. С. 36-45.
3. Новичков николай владимирович - туризм как фактор глобального политического влияния и позиционирования.
4. Смирнов Е.Н. Оценка последствий применения экономических санкций в международной торговле // Международная экономика. 2022. №5.
5. Новичков Н.В., Новичкова А.В., Воскресенская Ю.В. Новые вызовы современным компаниям в условиях инновационной экономки // Сервис plus. 2016. Т.10. №1. С. 64-69.
6. Новичков Н.В., Новичкова А.В., Воскресенская Ю.В. Новые вызовы современным компаниям в условиях инновационной экономки // Сервис plus. 2016. Т.10. №1. С. 64-69. 14.
7. Александрова А.Ю., Шипугина М.В. Международный туризм как геополитическая сила: Монография. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2020. 98 с. 15.
8. Федорова Т.А. Управление рисками и страхование в туризме: Монография. М.: ИН ФРА-М, 2020. 192 с.
9. Новичков Н.В., Новичкова А.В., Туризм как фактор глобального политического влияния и позиционирования.

**SONA ABASOVA**
*Bakı Dövlət Universitetinin dissertantı*

## TURİZM DÜNYADA DAVAMLI ƏMƏKDAŞLIQ VƏ SABİTLİK ÜÇÜN YENİ PERSPEKTİVLİ SİYASİ STRATEGİYA KİMİ

Müəllif məqalədə dünyada davamlı əməkdaşlıq və sabitlik üçün yeni perspektivli siyasi strategiya kimi turizmin artan rolunu qeyd edir. Turizm beynəlxalq münasibətləri tənzimləyən əməkdaşlığın

əsas aləti hesab olunur. Məqalədə ümumi təsvir verilir və davamlı əməkdaşlıq üçün əsas strategiyalar təqdim olunur. Turizm sektorunun çoxşaxəli xarakterini nəzərə alaraq, müəllif maraqlı tərəflər, o cümlədən dövlət qurumları, özəl sektor, akademik dairələr və vətəndaş cəmiyyəti arasında səmərəli əməkdaşlığın yaradılmasına xüsusi diqqət yetirir.

*Açar sözlər:* turizm, əməkdaşlıq, sabitlik, siyasət, strategiya.

**SONA ABASOVA**
*PhD student of Baku State University*

## TOURISM AS A NEW PROMISING POLITICAL STRATEGY FOR SUSTAINABLE COOPERATION AND STABILITY IN THE WORLD

The author of the article notes the increased role of tourism as a new promising political strategy for sustainable cooperation and stability in the world. Tourism is considered the main instrument of cooperation, which will regulate international relations. A general description is given, key strategies for sustainable cooperation are presented. Given the multifaceted nature of the tourism sector, the author pays special attention to the creation of effective cooperation between stakeholders, including government agencies, the private sector, academia and civil society.

*Keywords:* tourism, cooperation, stability, politics, strategy.

*Məqalənin redaksiyaya daxil olduğu tarix: 09 aprel 2025-ci il.*
*Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 15 may 2025-ci il.*
*Rəyçilər: s.ü.f.d. Afət Səfərova, t.ü.f.d. Məmmədağa Baxışov.*