

А. Ф. АРБУЗОВ

# ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА

**УЧЕБНИК**

*Рекомендовано*

*Федеральным государственным учреждением  
«Федеральный институт развития образования»  
в качестве учебника для использования в учебном процессе  
образовательных учреждений, реализующих программы  
среднего профессионального образования*



Москва  
Издательский центр «Академия»  
2009

УДК 379.85(075.32)  
ББК 75.81я723  
А795

Рецензенты:

председатель предметно-цикловой комиссии Подольского колледжа сервиса (филиал Московского государственного университета сервиса) *Т. И. Шальнева*;  
кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической географии и методики обучения географии Нижегородского государственного педагогического университета *Д. Д. Деньгин*

**Арбузов А. Ф.**

А795 География туризма : учебник для студ. сред. проф. образования / А. Ф. Арбузов. — М. : Издательский центр «Академия», 2009. — 160 с.

ISBN 978-5-7695-5431-5

Приведены основные термины и определения туризма как одного из видов социально-экономической деятельности государства. Рассмотрены мировые туристские ресурсы и их виды, взаимосвязь урбанизации и туризма, география международного туризма по отдельным странам и материкам нашей планеты. Особое внимание уделено географии туризма России, ее сравнительной характеристике в общей туристской типологии стран мира. Даны практические аудиторские работы по основным темам.

Для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования.

УДК 379.85(075.32)  
ББК 75.81я723

*Оригинал-макет данного издания является собственностью Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом без согласия правообладателя запрещается*

© Арбузов А. Ф., 2009  
© Образовательно-издательский центр «Академия», 2009  
ISBN 978-5-7695-5431-5 © Оформление. Издательский центр «Академия», 2009

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Туристский бизнес в системе мирового хозяйства — относительно новый и наиболее быстро развивающийся вид экономической деятельности. Темпы его развития значительно превосходят темпы роста других сегментов экономики. Как социально-экономическое явление туризм давно вышел за рамки рекреационной активности населения, вплетен в экономику, социальное устройство и политику государств.

В связи с этим дисциплина «География туризма», являясь неотъемлемой частью социально-экономической географии, охватывает мировоззренческие, культурно-просветительные, воспитательные, образовательные задачи. Предлагаемый учебник «География туризма» вводит в теорию и практику соответствующий понятийный аппарат, необходимый специалистам по туристским услугам, формирует систему знаний по названной дисциплине и профессиональную культуру.

В учебнике рассматриваются экологические проблемы, предлагаются механизмы их решения на примерах природоохранной деятельности, рационального природопользования в различных регионах мира.

Приступая к изучению предмета «География туризма», необходимо помнить, что формы и виды туризма и туристского продукта многообразны и находятся в постоянном развитии. Поэтому никакой учебник не может поспеть за быстроменяющимся миром.

Работа с текстом учебника предполагает использование картографического материала, путеводителей, рекламных проспектов, листовок, каталогов. Дополнительными источниками информации являются публикации в специализированных профессиональных журналах, таких как «Туристские фирмы», «Отель», «Туризм: практика, проблемы, перспективы» и др., а также сайты: [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org), [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru), [www.travelglossary.ru](http://www.travelglossary.ru), [www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru).

Каждая глава имеет внутреннюю структуру, ключевым терминам и номенклатуре дано шрифтовое выделение. Основная информация подкрепляется дополнительно, что не исключает самостоятельной работы с другими источниками информации —

текстовыми и образными. В конце каждой главы даны контрольные вопросы по изложенному материалу.

Учебник включает приложения, в которых даны советы и рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при подготовке к практическим занятиям, приведен краткий словарь основных профессиональных терминов.

# ТУРИЗМ КАК ВИД СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

---

### 1.1. Роль туризма в развитии территориальных социально-экономических систем

Туризм как вид социально-экономической деятельности занимает все более значимое место в хозяйстве любой страны. Активно формируется отраслевая структура туризма, образующая сложный инфраструктурный комплекс. Для более трети государств туризм — главный источник доходов, обширный рынок труда с значительным числом рабочих мест.

Общемировые туристские показатели характеризуются устойчивым ростом, а количество путешествующих превышает 2 млрд человек в год, из которых более 760 млн — это международные туристы. Эти цифры с каждым годом увеличиваются.

*Место прибытия* — термин, используемый в специализированной литературе — все чаще заменяется емким понятием *туристское пространство*, причем оно включает и место временного проживания, которым может оказаться транспортное средство. Многие объекты туризма, составляющие туристские ресурсы, сосредоточены в городах или в непосредственной близости от них. Они вовлечены в цикл туристской деятельности, как и тематические, ландшафтные городские парки и другие объекты.

Современный туризм представляет собой сложное и многогранное социально-экономическое явление. Во второй половине XX в. в развитых странах Европы и Северной Америки наступил туристский бум. Сегодня миллионы людей вовлечены в сферу туризма, она приобретает глобальный размах. Сформировались туристские ценности, под влиянием которых меняется стиль жизни, формируются социальные критерии и приоритеты качества жизни людей.

Следует особо отметить, что именно экономическая составляющая туризма позволяет рассматривать его как новый, быстрыми темпами формирующийся рынок туристских услуг. Во многих странах мира туризм входит в сферу прямого государственного интереса и, как следствие, находит отражение в государственных программах и планах развития.

Международные туристские расходы в 2005 г. составили 800 млрд долл. США. К 2020 г. ожидается удвоение денежного оборота. В структуре мирового хозяйства туризм создал миллионы рабочих мест. Многие предприятия в структуре транснациональных корпораций, местных фирм напрямую связаны с туризмом (транспорт, разме-

щение, обеспечение питанием, туроператорская и турагентская деятельность). Косвенное влияние туризма оказывает на развитие сельского хозяйства, торговли, промышленности, дорожно-транспортной сети, коммунальных служб и других сфер.

В Российской Федерации приоритетными направлениями и задачами являются региональное прогнозирование, планирование, разработка программ развития туризма в малых туристских и транзитных центрах (политика, стратегия и тактика развития туризма на региональном уровне). Во многих субъектах страны разработаны, одобрены и реализуются целевые программы развития внутреннего и въездного туризма. При этом анализируются характеристики ресурсов, туристской инфраструктуры и индустрии, динамика показателей ее функционирования, а также выявляются проблемы, препятствующие развитию туризма.

Любая деятельность человека осуществляется в пространстве, имеющем множественные измерения: метрические, временные, стоимостные. При этом туризм характеризуется исключительной, часто не поддающейся объяснению пространственной избирательностью. Она зависит, во-первых, от причин, по которым объект туризма популярен даже без дополнительной информации и рекламы; во-вторых, от инфраструктуры и универсальности технологий туристских услуг и оборудования. Помимо этого на выбор туристского пространства оказывают влияние политическое устройство государства, вероисповедание проживающего там населения, уровень развития и структура хозяйственного комплекса, социальная ситуация и др.

Можно выделить как минимум две группы факторов: социально-культурные и производственно-экономические. Социально-культурные факторы включают в себя: туристские ресурсы, расселение, качество населения, национально-территориальное деление страны.

К производственно-экономическим факторам относят: трудовые ресурсы, структуру хозяйственного комплекса, экологическое состояние среды, дорожно-транспортную систему, земельные ресурсы.

При совместном действии благоприятных (оптимальных) социально-культурных и производственно-экономических факторов на определенной территории наблюдается бурное развитие туризма, появляются территориальные системы организации туристской деятельности. Однако наличие хотя бы одного ограничивающего (лимитирующего) фактора может в принципе исключить развитие туризма.

Если рассматривать структурную организацию туризма в туристском пространстве, то она представляет собой сложную социально-экономическую систему, зависящую от множества неизвестных, случайных, ситуативных и переменных факторов. Некоторые из подобных систем функционируют и развиваются в относи-

тельно *равномерном* (*дисперсном*) распространении по территории. Это, например, событийный туризм («масленица» повсеместно празднуется в России) или туристские базы (лагеря отдыха) в лесах Верхне-Волжского рекреационного района. Другие распределяются в виде *полосы* вдоль транспортных коммуникаций, береговых линий (Лазурный берег, Сочи, Золотой берег в Австралии). В Восточной Европе вдоль всей береговой линии черноморского побережья Болгарии простираются бесконечные песчаные отмели, где море в пределах берегов чистое и неглубокое, что является оптимальным фактором, способствующим развитию морских курортов.

Есть системы, имеющие *строгую пространственную приуроченность* (*агломерационная форма*). Они в большом количестве сформировались в развитых странах Европы. К ним можно отнести Лондон, Париж, Рим и другие города, где сконцентрированы объекты показа в границах относительно небольшой территории.

При всем своем разнообразии *территориальные системы организации туристской деятельности* обнаруживают относительное внутреннее структурное единство. Примером может служить рекреационная система, являющаяся одной из форм организации туристской деятельности. Она характеризуется как функциональной и территориальной целостностью, так и динамичностью, многими связями и взаимосвязями. Данную систему (рис. 1.1) об-

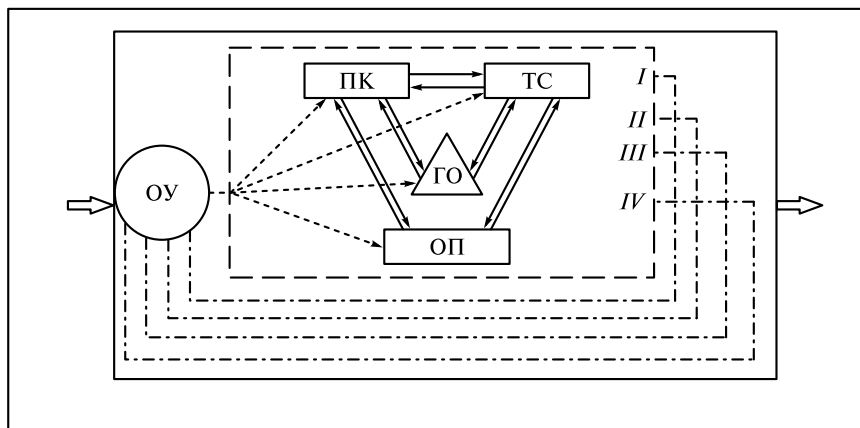


Рис. 1.1. Схема рекреационной системы организации туристской деятельности:

ГО — группа отдыхающих; ПК — природные и культурные комплексы; ТС — технические системы; ОП — группа обслуживающего персонала; ОУ — орган управления;  $\Rightarrow$  — внешние связи системы;  $\Leftrightarrow$  — связи между подсистемами;  $\cdots\cdots$  — команды управления;  $-\cdots-$  — информация о состоянии подсистем: I — удовлетворение запросов отдыхающих; II — степень соответствия природных комплексов требованиям отдыха; III — степень сохранения полезных свойств и возможностей технических систем; IV — профессионализм обслуживающего персонала

разуют несколько подсистем. На рисунке подсистема ГО (группа отдыхающих) расположена в центре схемы, поскольку туристы выступают в качестве непосредственных потребителей предоставляемых услуг. Именно они в первую очередь определяют требования ко всем другим подсистемам организации туристской деятельности.

## 1.2. Формы организованного туризма

Под *организованным туризмом* следует понимать процесс и результат туроператорской и турагентской деятельности по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, т.е. вид экономической деятельности, регулируемый сложными экономическими и правовыми отношениями в отличие от самодеятельного туризма, организуемого индивидуально или группой единомышленников (любителей путешествовать или отдыхать в уголках природы, характеризующихся рекреационной привлекательностью). Самодеятельный туризм по мере формирования рынка предложений туристских услуг постепенно становится все более затратным.

Формы организованного туризма можно классифицировать по следующим критериям: происхождению туристов, организационной форме, длительности пребывания в путешествии, возрасту, транспортным средствам, времени года или сезону. Рассмотрим перечисленные критерии.

*Формы туризма в зависимости от происхождения туристов.* Различают внутренний и международный туризм. В данном случае слово «происхождение» означает не место рождения человека, а место его жительства и работы.

*Формы туризма в зависимости от его организации.* Различают паушальный и индивидуальный туризм. *Паушальный туризм* — это стандартизированный, предварительно организованный комплекс туристских услуг (их предоставление за одну стоимость). При *индивидуальном туризме* турист организует отдых и осуществляет его самостоятельно, по собственному плану.

Путешествие в составе группы по плану туристского предприятия называется *групповым туризмом*. Путешествие одного или группы туристов по точному маршруту и регламенту, установленному туристским предприятием, называется *организованным туризмом*. Организованные туристы и туристское предприятие связаны между собой взаимными требованиями и обязательствами.

*Формы туризма в зависимости от продолжительности путешествия* зависят от времени, которое затрачивается туристом на поездку или пребывание в посещаемом месте или стране. *Однодневными путешествиями* считаются по продолжительности: менее 3 ч, 3—5 ч, 6—8 ч, 9—11 ч, 12 ч и более.



*Путешествия с ночевкой* бывают: на 1—3, 4—7, 8—28, 29—91, 92—182 ночей.

Как правило, продолжительные путешествия дополняются непродолжительными поездками, к которым относятся транзитный, однодневный и кратковременный туризм. *Транзитный туризм* — это остановки туристов по пути следования к месту назначения. *Однодневный туризм* — это туры продолжительностью в световой день, не предполагающие остановки на ночлег. *Кратковременный туризм* включает в себя деловой туризм и поездки на выходные дни. Независимо от того, совершаются поездки в деловых или личных целях, средняя их продолжительность составляет не более 3 суток.

*Формы туризма в зависимости от возраста путешественников.* По возрастной шкале можно выделить следующие группы туристов:

- дети, путешествующие со своими родителями;
- молодежь (туристы в возрасте 15—24 лет);
- относительно молодые, экономически активные люди в возрасте 25—44 лет;
- экономически активные люди среднего возраста (45—64 лет), путешествующие, как правило, без детей;
- пенсионеры (65 лет и старше).

*Формы туризма в зависимости от транспортных средств.* Различают туризм с использованием личного и общественного транспорта — авиационного, автобусного, железнодорожного, речного и морского.

*Формы туризма в зависимости от времени года.* Различают зимний и летний туризм — *односезонный*. Сезонная классификация форм туризма помогает учитывать колебания спроса на туристские услуги в течение года. Время, в которое совершается максимальное количество поездок, называется *туристским сезоном*, период спада путешествий — *межсезоньем*. Туристские сезоны в разных регионах, как правило, не совпадают.

### **1.3. Виды туристской деятельности**

Под видом туристской деятельности понимают организованный туризм, т.е. временные выезды 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.

Наиболее востребованным и широко представленным является *туризм с целью рекреации*. Он составляют 60 % мирового объема

международного туризма и предполагает большое разнообразие различных туристских занятий. Среди них выделяют:

- занятия, способствующие преодолению усталости;
- комплекс активных развлечений в различных мероприятиях, в том числе спортивные соревнования;
- мероприятия и занятия, способствующие гармоническому развитию личности, проявлению творческих способностей человека.

Конечно, лидером является купально-пляжный туризм. Он сконцентрирован в основном в Средиземноморье. Но англичане и французы, португальцы и испанцы (население бывших колониальных империй) любят посещать свои бывшие колонии — Бразилию, Южную и Юго-Восточную Азию. Американцы и канадцы являются основными посетителями курортов стран Карибского региона, Галапагосских островов.

Европейцы любят посещать горнолыжные курорты. Популярными местами лыжного отдыха являются Австрия, Андорра, Франция, Швейцария, Италия и другие страны Европы. В Северной Америке это регион Скалистых гор. Есть горно-лыжные курорты и в южных странах — Израиле и даже Индии.

Все более востребованным становится *физкультурно-спортивный* туризм. Рассматривая его как рекреационный, следует иметь в виду, что иногда активный туризм изматывает человека, а рекреация начинается по окончании тура или на стоянках.

Содержанием *познавательного туризма* является знакомство с культурными, археологическими и архитектурными памятниками, этнографическими поселениями, современными техническими достопримечательностями, а также религиозными святынями.

Экскурсионно-познавательный туризм в основном характерен для стран Европы. Одной из наиболее посещаемой туристами страной является Франция. Она принимает каждого пятого отдыхающего. В последние годы заметно увеличилось число туристов, посетивших Испанию.

В последнее время отмечается значительный рост *экологического туризма*, основной мотивацией которого является наблюдение за природой и приобщение к ней.

В соответствии с Квебекской декларацией (2002 г.) экологический (природный) туризм должен основываться на следующих принципах и признаках:

- активное содействие сохранению природного и культурного наследия;
- участие местных и коренных общин в планировании, развитии и осуществлении турпроектов, способствующих повышению благосостояния этих общин;
- просвещение посетителей в отношении местного природного и культурного наследия;

- благоприятные условия для независимых путешественников и небольших организованных групп.

При общих принципах есть некоторые различия природного и экологического туризма. Отличительной чертой природного туризма являются виды рекреационной деятельности в привлекательных местах, предпочтительно на охраняемых территориях. Это различные, в том числе научные, наблюдения за дикой природой, ее фотографирование, лицензионная рыбалка и охота, занятия экзотическими видами спорта и др.

Экологическими называют разновидности природного туризма, которые позволяют свести к минимуму негативное воздействие на окружающую среду, способствуют социально-культурным изменениям на посещаемых территориях и создают источники дохода для местного населения. В перспективе, по прогнозам туроператоров, темпы роста экотуризма будут опережать другие типы и виды туристской деятельности.

Другим значимым видом организованного туризма является *профессионально-деловой*. Ежегодно в мире совершается свыше 100 млн бизнес-поездок. Большая часть туристских потоков со служебными целями направлена в Европу. Это командировки бизнесменов, конгрессные туры, поездки на выставки и ярмарки. Крупнейшими центрами конгрессно-выставочной деятельности в Европе являются Амстердам, Барселона, Берлин, Брюссель, Вена, Париж, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид; в Северной Америке — Нью-Йорк, Вашингтон, Монреаль и др.

Деловой туризм включает инсентив-туры для служащих фирм в качестве награждения за высокие показатели в работе. Их отличительная особенность в том, что они разрабатываются под конкретного заказчика. Многие туристские фирмы специализируются на организации групповых поездок бизнесменов с целью изучения новых рынков и заключения торговых сделок. Для участников деловых поездок, как правило, организуется индивидуальное обслуживание по самому высокому классу с размещением в дорогостоящих апартаментах, закреплением на весь день автомобилей. Составной частью делового туризма являются поездки специализированных групп с однородным профессиональным составом, проводимые за счет предприятия. Обычно участники деловых путешествий используют авиатранспорт.

География *туризма с религиозными целями* имеет четко очерченные границы, обусловленные возникновением основных религий — христианства, мусульманства, иудаизма и буддизма. География такого туризма определяется местами паломничества, нахождения религиозных святынь. Следует очень осторожно подходить к организации этого вида туризма. Паломничество характерно для глубоко верующих людей. Посещение ими святых мест для поклонения реликвиям приурочено к определенным датам и со-

бытия. Они очень чутко и ревниво воспринимают окружение, больно реагируя на неуважение их чувств.

Другой целью религиозного туризма является знакомство с религиозными памятниками, историей и культурой религии. Некоторые такие поездки организуются с научными целями — для богословов, историков, ученых, занимающихся вопросами религии.

Монреальская декларация «К гуманному и социальному ведению туризма», принятая 12.09.1996 г. Генеральной ассамблеей Международного бюро социального туризма (штаб-квартира в Брюсселе), целиком была посвящена проблемам *социального туризма*.

В этой форме туризма приобретение права на тур предполагает получение субсидий из средств, выделяемых государством на социальные нужды, или иных источников. Участниками социальных туров, как правило, бывают школьники, работающая и учащаяся молодежь из малообеспеченных семей, пенсионеры, инвалиды, т. е. лица, которым государственные и иные организации оказывают социальную поддержку. Однако, согласно одному из положений Гагской декларации 1989 г., государства не могут тратить на туризм больше того, что они надеются от него получить.

### **Контрольные вопросы**

1. Какое направление в развитии туристской индустрии в Российской Федерации является приоритетным?
2. По каким критериям классифицируется организованный туризм?
3. Какие виды туризма наиболее востребованы?
4. Охарактеризуйте виды туризма, известные вам.

### **2.1. Районирование туристской деятельности**

В географии понятия *район* и *регион* рассматриваются как синонимы, обозначающие геосистемы разного размера и сложности. Для обозначения обширных пространств, охватывающих континенты или их целостные части, чаще используют слово «регион». Поделить земной шар на регионы можно по-разному. Однако любое такое деление будет условным и субъективным.

Впервые в отечественной географической науке туристское районирование было предложено в работах ученых Института географии Академии наук СССР под руководством В. С. Преображенского (1975).

Е. В. Котляров (1978), в развитие взглядов Преображенского, разработал концепцию рекреационных-туристских комплексов, сочетающих рекреационные сооружения и сопутствующие им предприятия инфраструктуры, которые объединены тесными функциональными и экономическими связями. При этом они совместно используют географическое положение, природные и экономические ресурсы территории, занимаемой комплексом. В то время практиковалось изучение современного мира по общественно-экономическим формациям, т. е. отдельно стран социалистического содружества с планоно развивающейся экономикой и капиталистических государств с рыночной экономикой. Соответственно в социалистической экономике туристский регион рассматривался как жестко (централизованно) управляемая система, в рамках которой заранее определено, в чем нуждается отдыхающий.

Современный подход к районированию отличается другими экономическими и социально-культурными критериями, главным из которых является потребительский спрос. В связи с этим открылись широкие возможности использования рыночных механизмов для организации различных форм туризма и отдыха. Все пространство планеты мы можем представить в виде крупных историко-географических регионов — тех территориальных ячеек, изучая которые, можно получить более реальное и подробное представление об интересах и потребностях людей.

В развитии сферы туризма и отдыха прослеживаются всеобщие тенденции глобализации и регионализации социально-экономи-

ческих процессов. Глобализация проявляется не только в расширении географии туристских потоков, но и в универсализации потребительских стандартов качества предоставляемых услуг. Регионализация выражается в усилении территориальной идентичности, которая через развитие туризма способствует сохранению и культивированию местных социально-культурных, исторических и этно-экологических традиций.

Основным показателем районирования туристской деятельности служит уровень специализации на туризме по его видам. К сожалению, в отечественной географии отсутствует не только четкая методика проведения туристского районирования, но даже его принципы. Поэтому обратимся к зарубежному опыту и на его основе выделим главные характеристики и их комбинации, которыми можно пользоваться при туристском районировании.

1. Туристский район должен отличаться динамичностью. Само понятие «ресурс» применительно к туристской деятельности исторично. Так, проекты туристских пространств, составленные в первой половине XX в., во многих случаях не могут служить даже основой для гипотезы освоения территории индустрией туризма в наши дни, так как современные представления об их ресурсных возможностях стали заметно иными.

2. Пространственно-временная характеристика территории всегда соотносится с численностью людей — потенциальных потребителей ресурса в течение определенного временного цикла — сезона, года.

3. Возможности технологического и инженерного освоения территории в интересах туристов соотносятся к географическими и иными условиями. Так, для катания на водных лыжах необходимо не только наличие водоема и соответствующие ему размеры, но и определенное состояние водной массы — отсутствие волнений, комфортные температуры воды, воздуха и др., т. е. характер природы и уровень комфортности климатических условий должны быть соотнесены со спецификой туристской деятельности.

4. Районирование рекреационных пространств многих стран с точки зрения организации внутреннего туризма обычно не совпадает с таковым в плане международного туризма, так как интересный и доступный для своих граждан район может быть малоинтересен и труднодоступен для туристов из других стран и наоборот.

5. Административно-территориальное деление федеративных и унитарных государств.

## **2.2. Районы международного туризма**

Выделяют шесть крупных туристских макрорегионов мира (по состоянию на 01.03.2004 г.):

1. Европа (страны Северной, Средней, Южной и Центральной Европы, включая Восточное Средиземноморье — Израиль, Кипр, Турция. Восточная Европа упоминается в составе стран СНГ);

2. Америка (страны Северной, Южной и Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна);

3. Азиатско-Тихоокеанский (страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия и Океания);

4. Африка (страны континента, за исключением Египта и Ливии);

5. Ближний и Средний Восток (страны Западной и Юго-Западной Азии, Египет и Ливия);

6. Южная Азия (Индия, Непал, Пакистан, Шри-Ланка и др.).

В предлагаемом учебнике за самую крупную территориальную единицу взят регион, т. е. географическая территория туристского пространства. Используется следующий системно-структурный подход: Европа (Северная, Средняя), Средиземноморье (Южная Европа, Турция, Израиль, Северная Африка), Северная Америка, Средний Восток, Южная Азия, Юго-Восточная Азия, Центральная и Восточная Азия, Латинская Америка, Африка, Австралия и Океания.

Вторым уровнем территориального районирования является страна, которая в своих территориальных границах выступает политическим, социально-экономическим и этно-культурным фактором развития индустрии туризма. Страны характеризуются в двух вариантах: 1) в тексте называются страны-лидеры туристского рынка в регионе, анализируется развитие в них туризма на основе определенного ресурса и его роли в экономике данного региона; 2) в приложениях предлагается алгоритм самостоятельного изучения туристских ресурсов и инфраструктуры в отдельных странах, не нашедших отображения в тексте учебника.

Следующий уровень туристского пространства относится к конкретным туристским районам. Обычно они ассоциируются с агломерационными образованиями (одним-двумя городами, зоной сплошного городского расселения). Внутри описываемых районов выделяются туристские центры, такие, например, как Рио-де-Жанейро — не только крупный туристский район, но и центр карнавала в Бразилии, историческая часть Парижа или Сайменская водная система в восточной части Финляндии и др.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Назовите и покажите на карте следующие географические территории: Западную (Северную, Центральную, Южную), Восточную Европу, Северную Америку, Юго-Западную (Ближний Восток), Южную, Юго-Восточную, Центральную и Восточную Азию, Африку, Латинскую Америку, Австралию и Океанию.