Д. О. Филиппова

Санкт-Петербургский Государственный Университет

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА ВО ФРАНЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Последние двадцать лет Франция уверенно лидирует в списке самых туристических мест в мире. Она славится развитием рекреационной среды, огромным количеством достопримечательностей на любой вкус и множеством различных направлений туризма. Исходя из этого, власти страны инициируют разработку стратегии туристской активности совместно с бизнесом — улучшение туристической инфраструктуры, создание национальных парков и рекреационных зон, привлечение инвестиций и еще целый ряд мер, которые должны способствовать росту числа визитов в регион. Помимо огромного экономического значения, туризм во Франции играет большую роль в расширении границ взаимопонимания и доверия между людьми разных религий и культур. Его сфера не ограничивается исключительно торговлей товарами и услугами и поиском новых торговых партнеров, также она направлена на установление взаимоотношений между гражданами разных стран для сохранения и процветания мира. В настоящее время к иностранцам, посещающим эту страну, нужно добавить ту часть французского населения, которая предпочитает проводить свой отпуск во Франции.

Социальные сети, с их возрастающей популярностью и всеобщим распространением, уже объединяют миллионы путешественников по всему миру, а использование новых медиа стало стратегически важным для туристического бизнеса. Предприятия туризма сегодня осознают значимость средств массовой информации в развитии своей деятельности. На рынке специализированной прессы во Франции объем туристического сектора составляет 15%.

Во французской журналистике традиционно существует отдельная, весьма наполненная как качественно, так и количественно ниша периодических изданий о туризме. Огромное количество различных журналов уделяет внимание этой востребованной теме, например: National Geographic France, GEO, GEO Voyage, Détours en France, Terre Sauvage, Grands Reportages, Destination France, L'Officiel Voyage и другие.