

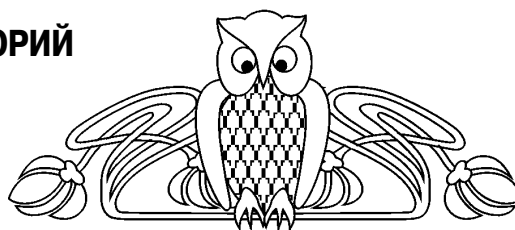


УДК 316.3:008

## ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕОРИЙ

О.В. Лыскова

Саратовский государственный технический университет,  
кафедра менеджмента туристического бизнеса  
E-mail: 970380@list.ru



В статье анализируются социальные теории классиков социологической науки для выявления методологических оснований в исследовании современного туризма. Изучение туристских практик эпохи глобализации позволяет наметить пути позитивной практической реализации явных и скрытых возможностей туризма.

**Ключевые слова:** туризм, турист, туристская практика, социальная теория.

### Tourism in a Context of Social Theories

O.V. Lysikova

In the article social theories of visible sociologists for revealing the methodological bases in research of modern tourism are analyzed. Studying tourist the expert of an epoch of globalization allows to plan ways of positive practical realization of the obvious and latent opportunities of tourism.

**Key words:** tourism, tourist, tourist practice, social theory.

Обратимся к рассмотрению теорий выходящих западных социологов для анализа туризма как социального феномена. М. Вебер оперирует понятием «социальное действие», которое предполагает применение статистического количественного исследования. В туризме человек – всегда актер, что относится и к туристу, и к агенту. Объективные смыслы современной туристской деятельности, активности, мобильности соотносимы с особенностями эпохи постмодерна, этапа новейшей истории. Туризм начала XXI в. характеризуется устойчивым динамичным ростом. Так каково же социальное действие в туризме, смысл которого, согласно М. Веберу, «соотносится с действием других людей и ориентируется на него»? Туризм в настоящее время представляет, прежде всего, коммуникацию, направленную на приобретение новых знаний, впечатлений, опыта, душевного комфорта посредством движения, перемещения, мобильности. Дж. Урри развивает идею о том, что путешествуют не только сами туристы, но и предметы, и образы культуры; складывается общая «мобильная культура», производная от «принуждения к мобильности». При этом многочисленны виды самой мобильности: физическая, воображаемая, виртуальная, добровольная, вынужденная, составляющие «мобильную культуру», истоки которой восходят к эпохе зарождения массового туризма начала XX в.<sup>2</sup>

При осуществлении туристской практики крайне важно участие других людей, призванных обеспечить комфортность перемещения и пре-

бывания туриста на отдыхе, сопровождающих его в путешествии специалистов (гид-переводчик, экскурсовод, групповод). Современному туристу-иностранцу важно ощущать гостеприимство и радушие местных жителей на территории принимающей дестинации, складывающиеся из множества социальных практик и фактов. Нельзя недооценивать в индивидуальной туристской практике степени участия других туристов. Используя социологические понятия и логику рассуждений М. Вебера, выстроим гипотезу о множестве социальных действий туристов, соотносимом с действиями других туристов, местных жителей туристских дестинаций, лидеров мнений в туристском сообществе как отправляющей дестинации, так и проявляющихся в ходе путешествия, турагентов, сотрудников предприятий и учреждений, обеспечивающих гостеприимство.

Туристы в своих социальных практиках ориентируются на действия: 1) институтов, регулирующих процедуры, сопровождающие турпоездки (посольство, консульство, паспортный контроль, таможня, администрация гостиницы и др.); 2) турпредприятий, обеспечивающих передвижение, размещение, питание, рекреацию, отдых, анимацию; 3) СМИ, представляющих актуальную и оперативную информацию.

Согласно М. Веберу, мотивы социального действия бывают целерациональными, ценностно-рациональными, аффективными, традиционными. Целерациональные мотивы присутствуют у потенциальных туристов, ожидающих внимательного, уважительного отношения к себе со стороны сотрудников турфирмы, предлагающих им услуги и оформляющих документы. Позитивное поведение других людей является непременным условием реализации целей, которые ставит перед собой турист. Целерациональные мотивы проявляются в конгрессном, образовательном, событийном видах туризма, направленных на продвижение бизнес-проектов, реализацию профессиональных целей. Ценностно-рациональные мотивы характеризуют культурный, рекреационный, экзотический виды туризма. Аффективные мотивы лежат в основе гедонистических социальных практик, реализуемых в ходе фестивального, спортивного, алкогольного, секс-туризма. Традиционные мотивы составляют основу паломнического, религиозного, этнического, ностальгического видов туризма.



По мнению М. Вебера, в каждой научной проблеме необходима предварительная функциональная постановка вопроса. Какое поведение туриста функционально важно с точки зрения «сохранения» культурного своеобразия типа социального действия, его направленного развития? Как возникает конкретная социальная практика туриста, какие мотивы ее определяют? Какое действие индивида, квалифицируемого как турист, важно для анализа социальных практик туризма? Насколько необходима типология туристов при осуществлении ими социальных практик? Ответы на эти вопросы могут быть получены в ходе эмпирических исследований, основанных, согласно М. Веберу, на методологической целесообразности сочетания качественных и количественных методов исследования.

Э. Дюркгейм вводит в научный контекст понятие социальных фактов, состоящих «в способах действий или мышления, распознаваемых по тому свойству, что они способны оказывать на отдельные сознания принуждающее воздействие»<sup>3</sup>. К неоспоримым социальным фактам современности относятся туриндустрия, туринфраструктура, разнообразные туристские практики и сами туристы, активно воздействующие на жизнедеятельность социума в условиях «многоликой глобализации». Возникновение и бытование социальных фактов связано с актуальностью деятельности агента-посредника, который решает стартовые и оперативные проблемы туристов, стремящихся свое свободное время и финансовые ресурсы использовать ценностно- и целерационально.

Каковы «коллективные представления» о человеке-туристе? Обыденное сознание определяет его как периодически путешествующего человека, реализующего собственные цели: отдых, лечение, познание, развлечение и др. В СССР турист ассоциировался с человеком, совершающим пешие многокилометровые переходы, ночующим в палатке, поющим песни под гитару у костра, питающимся консервами «Завтрак туриста», получающим за выполнение нормативов значок «Турист СССР». За последние двадцать-тридцать лет туристские практики претерпели колоссальные изменения. В начале XXI в. отчетливо прослеживается тенденция диверсификации туризма – освоение новых рыночных сегментов, стимулирование роста спроса на туруслуги, избирательность характера их выбора. Массовый популярный туризм демонстрирует новый образ жизни с ориентацией на освоение природного и социального пространства. Современный турист подвержен влиянию моды и легко меняет свои предпочтения, вкусы, мотивы, формат поведения на рынке туруслуг. Можно констатировать развитие социальных практик подражания и принуждения в туризме, когда модой навязываются коллективные способы действия и мышления индивидам, которые, приспособившись к ним, сохраняют социальную дифференциацию и ста-

тусность<sup>4</sup>. Выделим две полюсные, социально обусловленные позиции, зависящие, прежде всего, от дохода: так называемый дачный туризм и эксклюзивный, экзотический, экстремальный. Использование метода «каузального сведения» М. Вебера позволяет выявить экономическую и социальную корреляцию в социальных практиках туризма.

Следуя логике рассуждения Э. Дюркгейма, можно заключить, что туризм как система, туристы как сообщество, обладающее коллективным сознанием, мотивацией, потребностями, мнениями в фокусе социальных фактов являются перспективными объектами социологического исследования. Любой нетурист является потенциальным туристом, а турист, вернувшийся из поездки, перестает быть таковым. Отсюда важно определение идентичности и социальной роли туриста в современном социуме. Не теряет актуальности проблема социодинамики культуры туриста, характеризующейся чередованием периодов реального и рефлексивного туризма.

По мнению Т. Парсонса, в социальной подсистеме происходит интеграция индивидов по мере вовлеченности их в единую сферу деятельности<sup>5</sup>, что наблюдается в туристских практиках: интеграция образовательных и профессиональных институтов; взаимодействие всех уровней сложности между потребителями туруслуг и агентами; координация между турпредприятиями и туроператорами, турагентами и туроператорами, сотрудниками отдельно взятого предприятия. Теория Т. Парсонса позволяет обратиться к «проблеме смысла» в действиях туристов, ищущих в рамках своих путешествий «познавательные ответы» на многочисленные вопросы. Одним из концептов современного туризма являются самоактуализация и индивидуальное развитие человека путешествующего. Туризм как социальная система, согласно теории Т. Парсонса, может быть проанализирован исходя из типологии независимых переменных – ценностей, норм, коллективов, ролей, выполняющих функции сохранения и воспроизводства, интеграции, целедостижения, адаптации. Применительно к туристской деятельности перспективны идеи социетального сообщества как интегративной подсистемы общества, обеспечивающей либо препятствующей различным порядкам и уровням внутренней интеграции, установлению соотношения легитимного и социетального порядка в рамках системы туризма. Каждое сообщество имеет свою стратификационную шкалу легитимизированного престижа отдельных лиц, статусов, ролей. Положение коллектива, индивида в стратификационной системе измеряется уровнем его престижа, способностью оказывать влияние, что расценивается Т. Парсонсом в качестве обобщенного символического средства социетального взаимодействия наряду с властью и деньгами. В стратификационную шкалу, на наш взгляд, уместно ввести пункт о престижности



профессий, относящихся к индустрии туризма и гостеприимства.

Важной чертой многих современных туристов являются нежелание «сливаться с толпой», поиск своих направлений, агентов, видов туризма. Путешествие, как и прежде, остается «реализацией мечты и планов», «взглядом за горизонт», потому что «повседневность убивает», а путешествие спасает от рутины будней, ведет к освобождению от незнания, стереотипов, груза проблем. Туризм представляется одновременно и полем свободы, и способом ее обретения через преодоление фильтров несвободы. Множественность современных туристских практик ставит перед исследователем вопрос о грани между нормой и аномией в туризме. Свобода рождает маргинальные туристские практики: алкогольный, секс-туризм, туризм футбольных фанатов. Р. Мертон в рамках структурного функционализма рассматривает социальную структуру и аномию, явные и латентные функции<sup>6</sup>, что применимо для изучения социальных практик современного туризма.

В последние годы актуальна проблема глобальных рисков в туризме. СМИ все чаще сообщают о несчастных случаях, терактах, экологических, техногенных, антропогенных катастрофах в городах-курортах, популярных туристских дестинациях. Согласно статистике, ежедневно в мире погибает два российских туриста. Основные причины их гибели таковы: несчастные случаи; покушение на жизнь и собственность; теракты; экологические катастрофы. Представляется плодотворной идея Г. Маркузе о том, что катастрофа не изменяет сознания и поведения человека<sup>7</sup>, чему сегодня находим множество подтверждений в туристских практиках.

Н. Урили рассматривает четыре новейшие концепции в изучении современного феномена туризма: переход от дифференциации к дедифференциации повседневной жизни и туристского опыта; движение от генерализации к плюрализму и концептуализации; переключение внимания от туристических субъектов к туристическим объектным изменениям знаний; движение от противоречащих и окончательных утверждений к относительным и неокончательным интерпретациям<sup>8</sup>. Исследуемые концептуальные разработки

соответствуют «постмодернистским» теориям в социальных науках и актуализируют изучение феномена туризма в рамках различных научных концепций и подходов.

Исследование туризма как социального феномена может осуществляться при условии использования социальных теорий. Комплексное решение научной проблемы обуславливает селективное применение положений, следующих из них: теория социальных действий, социальных изменений, социальной мобильности (М. Вебер); теория социальных фактов, социального контроля (Э. Дюркгейм); теория структурного функционализма (Т. Парсонс); теория аномии, явных и латентных функций (Р. Мертон); критическая социальная теория (Г. Маркузе). Социальные практики туризма, развивающегося в условиях глобализации, дают возможность системно проанализировать и наметить пути позитивной практической реализации его явных и скрытых возможностей.

#### Примечания

- 1 Вебер М. Основные социологические понятия // Западно-европейская социология XIX – начала XX веков. М., 1996. С. 455.
- 2 Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования. М., 2005. С. 147.
- 3 Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., сост., послесл., примеч. А.Б. Гофмана. М., 1995. С. 7.
- 4 Фенько А.Б. Туризм как показатель социального статуса // Социс. 2007. № 2. С. 125.
- 5 См.: Парсонс Т. Системы современных обществ. М., 1997. Гл. 1.
- 6 См.: Мертон Р. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль. Тексты. М., 1994.
- 7 Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развития индустриального общества / Пер с англ., послесл., примеч. А.А. Юдина. М., 2002. С. 5.
- 8 Uriely N. The tourist experience – conceptual developments // Annals of Tourism Reserch. 2005. Jan. Vol. 32. P. 215.