

Ачмиз Аслан Кимович

преподаватель кафедры
социально-гуманитарных дисциплин
Майкопского государственного
технологического университета

Achmiz Aslan Kimovich

Lecturer
social and humanitarian disciplines
Maikop State
University of Technology

ТУРИЗМ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

TOURISM AS A SOCIOCULTURAL PHENOMENON

Аннотация:

В статье анализируется феномен туризма как социокультурное явление. Раскрываются история развития туризма в культуре, его основные аспекты и социальные функции. Дано социально-философское определение туристской деятельности.

Ключевые слова:

туризм, туристская деятельность, культура, деятельностный и аксиологический подходы, путешествие, массовый, коммерческий, экологический туризм, социальные функции туризма.

Summary:

The paper analyzes the phenomenon of tourism as a socio-cultural phenomenon. Tells the story of the development of tourism in the culture, its main aspects and social functions. Given the social and philosophical definition of tourist activity.

Keywords:

tourism, tourist activity, culture, activity and axiological approaches, travel, mass, commercial, ecotourism, social functions of tourism.

В настоящее время туризм становится активным явлением в жизни общества, изменяющим культурные формы его бытия. Благодаря активизации этой деятельности, усиливаются коммуникативные связи, расширяется культурное пространство, развивается экономика, гражданская культура, обогащается духовный потенциал личности и общества. В силу этого в научном познании заметна активизация исследований феномена туризма. В последние годы появились работы, посвященные изучению экономического содержания этого вида деятельности. Имеются исследования спортивного, этнографического, экологического, ностальгического и других видов туризма. Актуальность туризма в жизни общества с необходимостью вызывают определение его институциональных основ, что делает туризм политически значимым объектом правительственных решений. Так, в 1996 г. в Российской Федерации был принят Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в котором определены основные положения туризма и его организационные формы. В 2006 г. в Санкт-Петербурге на заседании межпарламентской ассамблеи государств-участников СНГ был принят Модельный Закон о туристической деятельности, в котором наряду с другими положениями отмечены необходимость проведения научных исследований в сфере туризма и туристской индустрии, маркетинговых и консалтинговых работ; ведение юридической защиты граждан и разрешение споров в сфере туризма (третейский суд) и другие проблемы.

Таким образом, туризм в современном мире становится важнейшей общественной деятельностью, требующей глубокого социально-философского изучения. Однако те исследования, которые в настоящее время активизируются, актуальны, но в большей степени носят фрагментарный характер, не нацелены на обобщенное познание этого явления культуры и общественной жизни. В данной статье предпринята попытка восполнить этот пробел, определив социокультурное содержание туризма, его роль и формы бытия. Основные подходы определены объектом изучения. Ими являются принципы объективности и конкретности анализа, историзма, деятельностный и аксиологический подходы, позволяющие понять генезис туризма в истории культуры, определить его сущность и существования.

Как особый вид деятельности туризм имеет глубокие исторические корни и первоначально был связан с путешествием. В.С. Боголюбов и В.П. Орловская в развитии туризма выделяют 4 этапа. Первый этап – предыстория туризма. Он начинается с формирования цивилизации и длится до начала XIX в. Второй – это элитарный туризм (XIX – начало XX в.), связанный с зарождением специализированных предприятий по производству туристских услуг. Третий этап приходится на первую половину XX в., когда активно начинает развиваться социальный туризм. Четвертый (современный этап) – период после Второй мировой войны. Он характеризуется тем, что активно распространяется массовый туризм, формируется туристическая индустрия как межотраслевой комплекс по производству товаров и услуг. В основу данной периодизации

авторами были положены технико-экономические и социальные критерии, а также целевые функции туризма на разных этапах социокультурного развития [1, с. 73].

В принципе с такой периодизацией развития туризма можно согласиться, так как он отвечает исторической логике. Как социокультурное явление туризм непосредственным образом связан с динамикой культуры, изменением систем ценностей, деятельности и социальных отношений.

В античности туризм определялся особенностями этой культуры и общественной жизни. Он был связан с путешествиями, мотивами которых были в большей степени утилитарные ценности, чаще всего это потребности вести торговлю или лечение. В силу того что античная культура характеризовалась соревновательностью (агонизмом), открывалась возможность для всех желающих попробовать себя в разных видах искусства – ремесле, спорте, ораторском искусстве, театральных зрелищах, которые проводились в разных городах Древней Греции. В культуре средних веков путешествия носили религиозный смысл и были связаны с поповничеством к святым местам. В эпоху Возрождения меняются цели и ценности культуры. Корпоративность и коллективизм уступают место индивидуализму, набожность – просвещенности. Путешествия становятся занятием светским, и в основном мотивированы стремлением получить образование. Не последнюю роль в расширении пространства для путешествий сыграла колонизация.

«Отличительные черты путешествий до середины XIX в. – это примитивизм средств передвижения; путешествие не самоцель, а необходимое условие и средство к достижению определенной цели (решение торговых дел, расширение образовательного кругозора, лечение, паломничество); элитарность путешествия. Объединяло всех путешественников то, что они относились к меньшинству, занимавшему привилегированное положение в обществе, а большинство «маленьких людей» оставалось в стороне» [1, с. 76].

С развитием капиталистических форм хозяйствования и промышленности в культуре Нового времени наметился поворот к массовым путешествиям, а расширение сети дорог и средств передвижения, растущее благосостояние европейцев, постепенное сокращение рабочего времени превратили путешествия в отдых. Появились и первые предприятия, которые стали заниматься туристическим бизнесом. Швейцарский исследователь туризма профессор К. Каспар отмечает: «В этот период становления туризма строились, в первую очередь, роскошные гостиницы, которые обслуживали представителей аристократических кругов, «нового дворянства», высшего офицерства. В зависимости от времени года элита либо пребывала на французской или итальянской Ривьере, либо отдыхала на термальных курортах Швейцарии и Германии, либо предпринимала длительные путешествия в Северную Африку, Египет, Грецию» [1, с. 78].

В начале XX в. появился и получил распространение социальный туризм, обусловленный общественной потребностью. Его основными чертами является массовость, интенсивность, превращение в индустрию отдыха со своими организационными формами и методами, продуктом и производственным циклом.

В настоящее время туризм становится, с одной стороны, все более дифференцированным, с другой – специализированным, в силу разнообразия социальных потребностей в отдыхе, развлечении, путешествии и проч. В результате массовизации современной культуры формируется особый тип человека, которого определяют как «человека массового, потребляющего». В социальной сфере происходят трансформации, связанные с тем, что рынок производителей сменяется рынком потребителей. Усложняется мотивация туристского спроса: наряду с рекреационным растущее значение приобретают образовательный, коммуникативный и инвестиционный аспекты туризма.

В настоящее время туризм превратился в крупнейшую отрасль производства, уступая по доходности лишь добыче и переработке нефти. Туризм (по данным Всемирной туристской организации) обеспечивает 10 % оборота производственно-сервисного рынка планеты. На сферу туризма приходится около 6 % мирового валового национального продукта, 7 % мировых инвестиций, 11 % мировых потребительских расходов, 5 % всех налоговых поступлений, каждое 16-е рабочее место. По данным ВТО ежегодно одна треть населения Земли принимает участие в поездках. Согласно прогнозам, прирост международного туризма будет составлять ежегодно 4 %. Таким образом, туризм, с одной стороны, детерминирован социально-экономическим, научно-техническим развитием общества и культуры, с другой – превратился в мощный фактор и показатель общественного благополучия и цивилизованности.

Дать полное и однозначное определение понятию «туризм» достаточно сложно. В данной дефиниции трудно отразить все важнейшие свойства, черты и признаки этой деятельности. Туризм можно определить как деятельность, как производство, как сферу жизни, как потребность, как услугу, как общение. В его определении можно акцентировать внимание на отдель-

ных аспектах: экономическом, психологическом, нравственном, правовом, педагогическом, политическом и проч.

В 1954 г. ООН утвердила следующее определение туризма: «Туризм это активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределами постоянного места жительства». Согласно Манильской декларации по мировому туризму, принятой в 1980 г., туризм стали понимать как деятельность, имеющую большое значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международные отношения.

В материалах Всемирной конференции по туризму, проведенной Всемирной туристской организацией (ВТО) в 1981 г. в Мадриде, туризм определяется как один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемые в ряде стран с элементами спорта.

В 1993 г. статистическая комиссия ООН приняла более широкое определение туризма: «Туризм – это деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями».

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ определение звучит следующим образом: «Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания».

В научной литературе также существует множество различных подходов к определению туризма. Так, П. Бернекер определяет туризм как совокупность взаимоотношений и услуг, связанных с временной и добровольной сменой путешественником места жительства по некоммерческим или непрофессиональным причинам.

В. Азар формулирует понятие туризма как большую экономическую систему с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом.

Согласно определению Международной ассоциации научных экспертов в области туризма, его рассматривают как совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного проживания и работы. Некоторые авторы рассматривают туризм как особого рода межличностную деятельность, которая в условиях интернационализации жизни превратилась в средство межличностных связей в процессе политических, экономических и культурных контактов, в один из факторов, определяющих качество жизни.

Наиболее распространенным является следующее определение туризма: «туризм временное перемещение людей из места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте».

Как видно, и в официальных документах, и в научных исследованиях нет четко определенного понятия туризма. С точки зрения социально-философского анализа в определении туризма следует исходить из двух основополагающих теорий – теории деятельности и теории ценностей. Известно, что «любая деятельность носит одновременно и материальный и духовный характер, она включает в себя как реальное преобразование мира..., так и идеальное..., возникающее на основе формирования образа внешней действительности, выработки определенных представлений, понятий, знаний созидания мысленной модели будущей действительности» [3, с. 27–28]. Человеческая деятельность не только особая форма активности, но могучая социальная сила, способная изменить систему объективных и субъективных условий существования человека, социальные институты и отношения, систему мировоззрения и образ жизни людей. В этом качестве она позволяет раскрыть социальную природу общественных и культурных явлений, в том числе туризма.

Туризм – социальная деятельность, которая носит целенаправленный, целесолагающий характер, детерминированная потребностями людей в цивилизованном использовании досуга (свободного времени) на основе приобретения ими туристических услуг. Как любая форма деятельности туризм включает в себя разделение и кооперацию, обмен деятельностью, основана на общении и официально признается законом. Ее возникновение связано с потребностями людей в получении определенных жизненных благ (отдых, просвещение, культурное обогащение, лечение, спорт). Если принять во внимание положения А. Маслоу о дефицитных и бы-

тийственных потребностях, то можно утверждать, что возникновение туризма в культуре общества и его развитие обусловлено дефицитарными потребностями, так как данная деятельность способна поддерживать факт биологической и социальной жизни людей, продлевая здоровье и долголетие человека.

Бытийственные потребности – это потребности в самореализации, в самоуважении, самосовершенствовании, самореализации и другие. Туризм открывает возможности для утверждения себя как личности, общения, развития коммуникативных связей, повышения знаний и уровня культуры, совершенствования духовного потенциала, психологического комфорта и прочего. Туризм как вид деятельности открывает новые и иные горизонты культуры, становится для человека своеобразной формой его бытия.

Социально-философский анализ деятельности предполагает выяснение ее двух важнейших структурных элементов – субъекта туризма и его объекта. Чаще всего под субъектом туризма понимается участник туристского мероприятия или турист, который ищет возможности удовлетворения своих потребностей путем получения специфических туристских услуг. Объект туризма – это все, что может стать для субъекта туризма (туриста) целью путешествия. Объект туризма (туристская отрасль) включает в себя три основных компонента: туристский регион (место), туристскую организацию и туристское предприятие.

Под туристским регионом следует понимать географическую территорию (место, регион), которую выбирают с целью путешествия. Такая территория содержит все сооружения, необходимые для пребывания, размещения, питания и организации досуга туристов. Таким образом, регион представляет собой единый туристский продукт и конкурентоспособную единицу.

Содержание туризма как социокультурного явления раскрывается в различных аспектах, каждый из которых характеризует определенную сторону этой деятельности, а в целом они позволяют понять ее сущность. Гносеологический аспект проявляется в том, что туризм направлен на получение определенной информации и знаний, с одной стороны; с другой – гносеологический аспект можно определить как предпосылку успеха туризма. Эта деятельность требует от субъекта определенных знаний, в частности о регионе, его географии, природно-климатических особенностях, а также знаний по ведению туристической деятельности. Эти знания системы и неотделимы от самой деятельности.

Праксиологический аспект туризма выражается в том, что благодаря этой деятельности человек развивается как личность, культурно обогащается, повышая свой духовный потенциал. В тоже время туризм как деятельность способен изменить социальную и природную среду. Туристы нередко нарушают спокойное течение жизни людей и их социальный уклад, а местные органы самоуправления вынуждены расходовать больше средств на строительство и эксплуатацию водоочистных установок и дорог, необходимых для обслуживания большого числа гостей и т.д.

Достаточно рельефно выражен в туризме экономический аспект, что проявляется в воздействии этой деятельности на все аспекты экономики. Экономическое значение туристской деятельности (например, для развивающейся страны) может быть оценено с точки зрения ее способности генерировать приток иностранных туристов или предоставлять средства для обеспечения более гибких цен в ее экспортной промышленности. В развитой же или индустриальной стране можно отметить способность туристской индустрии содействовать разнообразию национальной экономики и противостоять неустойчивости региональной экономики. Кроме того, экономический аспект проявляется в том, что туристическая деятельность подчиняется господствующим в обществе экономическим отношениям, в ней действуют свои экономические законы, она включена в систему общественного разделения труда.

Аксиологический аспект туризма проявляется, во-первых, в ценностном сознании ее субъектов, то есть системе установок, взглядов, идей, предпочтений, выработанных в их культуре. Во-вторых, сама туристическая деятельность представляет собой социокультурную ценность и, в-третьих, ценностным является продукт туристической деятельности.

Деятельностный подход к анализу туризма позволяет вскрыть внутренние противоречия этого явления культуры и общества, которые обуславливают его развитие. С одной стороны, туризм представляет собой социальную форму человеческой активности, но, с другой, он не возможен вне природной основы, во-первых, потому, что сам человек является природным существом, во-вторых, деятельность человека ориентирована на природные формы. Туризм как деятельность носит субъективный характер и в то же время определяется его объектом. Туристическая деятельность свободна и в тоже время обусловлена необходимостью. Она носит осознанный характер, но как в любой деятельности в ней имеется компонент бессознательного. Эти противоречия не могут быть сняты, разрешаясь они обуславливают социокультурную динамику туризма.

Роль, место и значение туризма в жизни культуры и общества определяются его основными функциями:

- 1) *удовлетворением потребностей* в самоактуализации;
- 2) *познавательной*, через данную деятельность открываются возможности для активного приобретения новых знаний о культуре;
- 3) *коммуникативной*, связанной с расширением и укреплением границ общения;
- 4) *социализацией и инкультурацией* личности, связанной с возможностью усвоения социальных и культурных норм;
- 5) *мотивационной*, то есть данная деятельность способна сформировать в сознании человека определенные идеалы и образцы поведения, и даже стиль жизни.

Ссылки:

1. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. М.: Академия, 2005.
2. Гаврильчак Н.И., Павлова Г.А., Пчелинцев Ю.И. Сфера туризма: социально-экономическая природа, значение развития. СПб., 2000.
3. Жданов Ю.А., Давидович В.Е. Сущность культуры. Ростов-на-Дону, 2005.

References (transliterated):

1. Bogolyubov V.S., Orlovskaya V.P. Ekonomika turizma. M.: Akademiya, 2005.
2. Gavril'chak N.I., Pavlova G.A., Pchelintsev YU.I. Sfera turizma: sotsial'no-ekonomicheskaya priroda, znacheniye razvitiya. SPb., 2000.
3. Zhdanov Y.A., Davidovich V.Y. Sushchnost' kul'tury. Rostov-na-Donu, 2005.