

Туризм: от городской субкультуры к «трансубкультуре»

В статье туризм рассматривается как одна из городских субкультур. Обозначаются причины формирования субкультур в рамках городской культуры, основные признаки субкультур, такие как субъект, вид деятельности, инициативный центр, ценности и нормы поведения, ритуалы, одежда и внешняя атрибутика. В соответствии с этими признаками объясняется понимание туризма как субкультуры, рассматриваются предпосылки формирования туристской субкультуры как движения «людей с рюкзаками» в 60-х годах XX века, соотношение понятий «турист» и «курортник», акцентируется внимание на особенностях туристской субкультуры в советском обществе. Прослеживается трансформация туристской субкультуры по ее отдельным элементам, отмечаются различия между современным и советским пониманием сущности туризма, делается вывод о том, что современный туризм также имеет признаки субкультуры, но не укладывается в ее классическое понимание, вследствие чего вводится понятие «трансубкультура».

Ключевые слова: туризм; субкультура; «люди с рюкзаками»; «курортник»; городская культура.

Долгое время изучение туризма сводилось преимущественно к описанию технологии оказания туристских услуг. В настоящее время туризм является предметом исследования различных гуманитарных дисциплин, в результате чего сформирован целый ряд подходов к пониманию туризма. Отечественные и зарубежные авторы рассматривают его как познавательную практику, форму поиска идентичности, маркер социального статуса, потребительскую практику, форму легитимизированного эскапизма и т. д. Туризм также может быть рассмотрен как феномен городской культуры. Именно на этом подходе мы остановимся более подробно.

Под городской культурой для целей данного исследования мы будем понимать подсистему, или часть, универсального культурного пространства, организованную определенным образом и сформировавшуюся на основе специфического образа жизни урбанистических поселений, особой системы ценностей, характерной для жителей города и отличной от ценностей населения других территорий (сельских жителей, странников, отшельников, монахов и т. д.). Стоит подчеркнуть, что в отечественной науке устоявшейся практикой является противопоставление города и деревни или, если смотреть шире, провинции как носителя традиционной культуры и столицы как источника передовых культурных достижений. Однако если городскую культуру понимать как часть всеобщего культурно-исторического пространства, то данное явление в той или иной мере присуще любому населенному пункту (столичному или провинциальному). Понятия «городская культура» и «культура города» не тождественны. Последнее обычно понимается как собирательное понятие, включающее особую, искусственно созданную городскую среду (совокупность физических и символических объектов, технологии) и особый порядок существования горожан. Говоря же о городской культуре, мы подразумеваем не только совокупность материальных факторов, но и духовную сферу (ценности и нормы, характерные для жителей городов, особый менталитет и психология горожанина). «Культура города» подразумевает наличие физических и административно-территориальных границ, а «городская культура» не ограничена такими внешними рамками, так как в нее включены духовные регуля-

* **Ольга Юрьевна Минина**, аспирант, преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма АНО ВО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург).

E-mail: o-minina@mail.ru

тивы, определяющие поведение людей. Более того, население городов неоднородно: оно состоит как из горожан «со стажем», обычно являющихся носителями собственно городской культуры, так и из носителей традиционной и квазигородской культуры [7, с. 335]. Однако наиболее ярко особенности городской культуры все же проявляются в крупных городах.

Жизнь в крупном городе подразумевает ряд проблемных для физического и психологического здоровья человека факторов (стрессы, повышенный уровень агрессии, «одинокость в толпе» и проч.), но в то же время, по словам Льюиса Мамфорда, большой город – это «символ возможностей». Важной особенностью городской среды является ее неоднородность. «Исторически присущую городам атмосферу терпимости пронзили молнии культурного “разнообразия”. Принятие разнообразия предполагает, что вы разделяете общественные пространства – улицы, автобусы, парки, школы – с людьми, чей образ жизни отличается от вашего, возможно, весьма разительно и который вы не одобряете» [10]. Такие образования, обладающие относительной самостоятельностью, отличающиеся своими ценностями, обычаями и нормами, мировоззрением, можно определить как субкультуры.

В научной литературе термин «субкультура» встречается с 30-х годов XX века, но активным исследованием субкультур (прежде всего молодежных движений) начинают заниматься социологи в 60–70-х гг. Изначально это понятие имело выраженную негативную окраску: субкультура понималась как маргинальное явление, явный протест против «традиционного» социального порядка. В настоящее время очевидно, что картина мира, мировоззрение, ценности приверженцев той или иной субкультуры не обязательно опровергают ценности общей, главенствующей культуры. Даже есть мнение, что субкультуры существовали практически всегда, вне зависимости от эпохи и политического строя. Фактически каждая социальная группа может иметь (но не всегда имеет!) свою субкультуру. Кроме того, «каждый человек принадлежит к какой-то субкультуре, хотя субкультуры большинства людей не имеют ни самоназвания, ни системы символов, обозначающих их границы» [26].

Таким образом, субкультура понимается как подсистема базовой, «официальной» культуры, определяющая стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет (т. е. мировосприятие, умонастроение) ее носителей [17, с. 33]. Субкультура – это подкультура, культура в культуре. Так обычно называют культуру какой-либо социальной и демографической группы либо особую сферу культуры, которая отличается от господствующей культуры ценностным строем, обычаями, нормами, стилем поведения. Чтобы понять соотношение культуры и субкультуры, можно обратиться к исследованию М. Соколова, который считает, что одно из принципиальных отличий в данном случае состоит в произвольности выбора. «Собственно, говорить о выборе культуры невозможно: приобщение к ней начинается без согласия ребенка. Но приобщение к одной из субкультур во всех случаях подразумевает принятие решения (или нескольких последовательных решений), осуществляемое сознательно. Это – один из редких моментов, когда человек волен решать, через какие очки ему смотреть на мир» [26].

Единого подхода к классификации субкультур не существует. Их разделяют по возрасту участников, территориальному или профессиональному статусу, материальным характеристикам и т. д. К примеру, Г. С. Абрамова выделяет следующие типы субкультур: возрастные (подростковая, юношеская, пожилых людей), профессиональные (врачей, военных, юристов, музыкантов и пр.), территориальные (сельские, городские и пр.), предметно-опосредованные (фанаты эстрадной звезды или спортивного клуба, коллекционеры) [1, с. 363]. Б. Ерасов выделяет 10 типов субкультуры: субкультура бедных и богатых, гендерная, го-

родская и сельская, девиантная, классовая, криминальная, молодежная, периферийная и элитарная [8, с. 252]. Существует большое количество подобных классификаций, но ни одну нельзя признать универсальной, так как субкультура – это сложная система, мы можем принадлежать нескольким субкультурам одновременно, даже не отдавая себе отчета в этом.

Основываясь на приведенных выше примерах классификации субкультур, необходимо отметить, что городская культура, с одной стороны, сама может рассматриваться как субкультура, с другой стороны, исследователи признают, что городская культура является вместилищем многих субкультурных образований, более или менее специфичных именно для городской среды. Городские субкультуры весьма разнообразны, и именно сама городская среда провоцирует формирование всего этого многообразия. Особенно явно это можно увидеть на примере молодежных субкультур, но вполне применимо и к другим их типам. Причина кроется в специфике городского образа жизни. Так, Э. Фромм писал, что «у человека должна быть возможность отнести себя к какой-то системе, которая бы направляла его жизнь, придавала ей смысл; в противном случае его охватывают сомнения, в конечном счете парализующие его способность действовать, а значит, лишаящие его способности жить» [30, с. 38]. Исследователь молодежных субкультур С. И. Левикова в своем определении молодежных субкультур подчеркивает их преимущественно городской характер и вслед за Э. Фроммом объясняет их появление попыткой молодого человека найти свое место в обществе: «Молодежная субкультура – это эзотерическая, эскапистская, урбанистическая культура, созданная молодыми людьми для себя. Это – “элитарная” (т. е. не для всех) культура, нацеленная на включение молодых людей в общество» [16].

Причины ухода в субкультуру (это опять же ярче всего проявляется в молодежной среде) в чем-то сродни уходу в религию: потеря смысла жизни, разрушение идеалов, двойная мораль, бездуховность, цинизм [33]. С. И. Левикова считает, что мировоззренческие установки молодежных субкультур произрастают из возможности «быть» в обществе «иметь» [17, с. 202]. Современное общество ориентировано на бесконечное потребление, а субкультура воспринимается как возможность любить, дружить, заботиться друг о друге. Принадлежность к группе дает человеку чувство защищенности, безопасности, что является одной из наших базовых потребностей, ведь «группа, в отличие от абстрактного понятия “социум”, это, прежде всего, осязаемый конкретный мир» [15].

Еще одной причиной возникновения субкультур является то, что они служат социализации личности: помогают человеку найти себя, определить свое место в мире. С другой стороны, субкультура, напротив, может отрывать от действительности своих приверженцев, так как «субкультура – это игра в воплощение идеала, в котором имеет место дистанцированность от наличной действительности в область идеального и желаемого» [22], а идеалы связаны с областью мечты, фантазии, утопических представлений. Ключевой компонентой любой субкультуры А. В. Парийчук считает миф. В рамках этого субкультурного мифа индивид воспринимает себя как часть целого, где индивидуальное заключается в оболочку коллективного. «Если при разрушении или недостаточной значимости общекультурного мифологического пласта возникает миф, знак и ритуал узкого сообщества, то оно (сообщество) становится субкультурой» [Там же]. Миф определяет ценностные и мировоззренческие границы субкультуры, не позволяет ей выйти за собственные рамки.

Субкультуры характеризуются большей или меньшей герметичностью, наличием собственных правил поведения и моральных норм, разной степенью противопоставления себя господствующей культуре. Городские субкультуры крайне разнообразны, но в целом они отражают особенности развития городской среды в

социальном, историческом, демографическом аспектах. Это объясняется тем, что становление таких субкультур происходит на фоне становления города, особенности жизни в котором фиксируются в специфических чертах поведения людей, языка, сознания.

В качестве обязательного набора элементов любой субкультуры, отсутствие хотя бы одного из которых ставит под вопрос правомерность ее выделения, С. И. Левикова называет:

- специфический стиль жизни и поведения;
- наличие своеобразных норм, ценностей, мировосприятия, что часто приводит к неконформизму (в отношении базовой культуры);
- наличие определенной внешней атрибутики, проявляющейся в одежде, украшениях, манерах, жаргоне и т. п., причем эта атрибутика может иметь специфическое символическое значение, которое не способен «расшифровать» посторонний;
- наличие более или менее явного инициативного центра, генерирующего идеи [18].

Иные исследователи в качестве «центра», который привлекает молодых людей в субкультурную группу, называют групповой образ – воплощенные в имидже и стиле жизни идеи субкультуры [20]. Также в качестве ее объединяющих элементов называют субъект, вид деятельности, ценности, ритуалы, нормы поведения, одежду, аксессуары. Н. Н. Слюсаревский добавляет к этому процедурное знание (умения и навыки, способы и методы осуществления какой-либо деятельности), определенные потребности и склонности членов субкультуры [25]. Участие в субкультурах предполагает также наличие интеллектуальных, физических, финансовых, социальных и личностных вложений в групповую деятельность, а иногда и такие жертвы, как незаконченное обучение в вузе, конфликтные отношения с родственниками, друзьями, коллегами, вплоть до угрозы жизни [9].

Формированию молодежных субкультур могут способствовать социально-политические факторы. Молодежь очень чувствительна к «перекосам» в области политики и идеологии. Каждый человек, особенно в юном возрасте, сталкивается с определенными философскими и мировоззренческими вопросами. Государственная идеология может помочь найти на них ответы, а ее отсутствие, напротив, провоцирует их самостоятельный поиск, что может явиться базой для появления каких-то неформальных объединений. «Перекосы» в противоположную сторону также играют свою роль: формирование субкультур может быть напрямую связано с попытками официальных властей «заполнить все поры социокультурного организма города» [7, с. 336], установить контроль за разными сферами жизни общества. Такие тоталитарные тенденции, обычно являющиеся результатом господствующей в стране идеологии, политического режима, приводят к обратному эффекту – образованию большого числа закрытых субкультур. Это можно проследить на примере советского общества.

Ф. Н. Алипхапова отмечает, что Коммунистический союз молодежи, с одной стороны, выгодно отличался от современных молодежных общественных организаций тем, что имел четко выраженную идеологию, структуру, систему ценностей и атрибутику, но, с другой, – налицо был низкий уровень не формальной, а реальной активности молодых людей [2]. Ряд из них вступали в комсомол не столько по выраженным идейным соображениям, сколько по желанию сделать карьеру либо в силу сложившихся привычек и стереотипов. В таком случае они без особого энтузиазма относились к выполнению комсомольских поручений, организации и участию в акциях, идеологическим символам и нормам жизни. В связи с этим параллельно комсомолу и рядом с ним происходило становление неформальной молодежной идеологии, а на ее базе возникали всё новые и новые неформальные

молодежные объединения, в основном копирующие с небольшим временным опозданием западные аналоги.

Расцвет молодежных субкультур в СССР пришелся на вторую половину 70-х – 80-е гг., но вполне правомерно говорить о появлении молодежных субкультур и в более ранний период. Например, в середине XX века в нашей стране происходит становление массового туризма, который можно назвать одной из городских субкультур. Л. А. Мясникова отмечает, что на 50–60-е гг. XX века приходится формирование массовой социально-культурной практики туризма в США, Европе и СССР, причем условия ее формирования в этих странах были в определенной мере схожи. Везде наблюдался некий конфликт с идеологией «отцов». Разница заключалась в том, что в США и европейских державах молодежь противопоставляла себя буржуазной культуре, а в СССР – идеологии большевизма и марксизма, «сталинским извращениям» [21, с. 450]. В молодежной среде формируется культ дороги, который на Западе выразился, прежде всего, в путешествиях автостопом. С небольшим опозданием это движение приживается в СССР. После визита в США Н. Хрущев решает внедрить в стране кое-что из увиденного – помимо прочего, это была всеобщая автомобилизация и автостоп. В начале 60-х годов в СССР даже проводились официальные чемпионаты по автостопу на трассе Москва – Ялта, газеты печатали статьи, призывавшие водителей подбирать попутных пассажиров (и устраивали среди них соревнования с ценными призами на звание наиболее активного водителя Автостопа), а швейные фабрики шили специальную автостопную униформу [6].

«В процессе конструирования на чужой почве первозданный образ чужой культуры очищается от неприемлемых черт, пополняется новыми интерпретациями, рождаемыми новой средой обитания образа. При этом окончательный вариант обычно весьма отличен не только от “оригинала”, но и от аналогов, “прописавшихся” в других странах или регионах» [2]. Так и в случае автостопа советская действительность внесла свои коррективы. Даже этот относительно свободный способ путешествия был строго регламентирован. Ездить автостопом мог только человек, достигший шестнадцатилетнего возраста и зарегистрировавшийся в местной туристической организации. Для того чтобы держать автостопщиков на учете, каждый из них был обязан получить специальную книжку с талонами «Автостопа», которая выдавалась туристическим клубом или туристической секцией на производстве. В талон вносилась информация о фамилии и имени туриста, маршруте передвижения, указывался номерной знак, тип и марка машины, а также автохозяйство, к которому она принадлежала. Остановив машину, турист-автостопщик заполнял талон и отдавал его часть водителю, а тот, в свою очередь, получал обязательство хранить талон у себя [23].

Возможно, в противовес серьезному контролю даже в сфере досуга в нашей стране закрепилось другое направление самодеятельного туризма – движение «людей с рюкзаками», отправлявшихся на покорение горных вершин и бурных рек в разных концах страны. В общем-то, это явление также не было уникальным для Советского Союза. Молодежь из европейских стран в 60-х годах, на фоне увлечения буддизмом и индийской философией, массово устремилась в страны Юго-Восточной Азии. К тому же в то время этот регион был настолько беден, что даже при наличии нескольких десятков долларов в кармане можно было ни в чем себе не отказывать [5]. Такое движение получило наименование «бэкпэкинг» от английского *backpack* – рюкзак.

В СССР движущими факторами развития «рюкзакинга» были не столько увлечение философией и желание сэкономить (хотя, наверное, не без этого), сколько упомянутые выше тоталитарные тенденции. Условия жесткого контроля, ощущение несвободы провоцировали стремление сбежать от официоза, неис-

кренности, неподлинности. Стоит отметить, что туризм являлся специфическим городским явлением, и хотя в середине XX века в СССР с натяжкой можно было говорить о всех тех стрессовых факторах городской жизни, которые характерны для крупнейших российских городов сегодняшнего дня, но разорванность социальных связей, отчуждение от природы, неискренность отношений горожанами ощущались уже тогда. Природа воспринималась как противопоставление «каменным джунглям» – нечто натуральное, настоящее, подлинное. «Деревенскому жителю туризм был не нужен. В деревне и так жизнь и общение – “лицом к лицу”, крестьянин с природой ежедневно и ежечасно связан. А горожанину туризм представлялся (и являлся!) источником впечатлений, способом проверки себя на прочность, возможностью обрести настоящих друзей» [21, с. 450]. Романтические порывы, выражающиеся в поиске настоящей дружбы и настоящих чувств вообще, также явились значимым двигателем развития туризма. Совместный быт в туристском походе раскрывал, кто есть кто на самом деле. Советское общество вообще во многом было пронизано духом романтики: «было не просто самым романтическим во всей человеческой истории, пожалуй, оно было единственным, включившим в себя романтику в качестве важнейшего структурного элемента» [31].

Проследить предпосылки становления туристского движения в СССР в рамках городской культуры можно, обратившись к рассуждениям С. Г. Кара-Мурзы, который подмечает, что жизнь в большом городе лишает человека естественных средств удовлетворения потребностей и создает постоянный стресс из-за того, что городская организация пространства и времени противоречит природным ритмам. Кроме биологических потребностей, для удовлетворения которых существуют вещи, для человека не менее фундаментальна необходимость в потреблении образов. Жизнь крестьянина религиозна, поэтому для нее характерны простые и естественные земные потребности, которые дополнены интенсивным «потреблением» духовных образов. Городское же общество оторвано от природы и куда менее религиозно. Запад безрелигиозному городскому обществу предоставил замену в виде огромного числа фетишей (вещей-образов), а также создал вымышленную («виртуальную») реальность, т. е. в ответ на новые потребности человека «погасил» их избытком суррогатов. Советские же идеологи, напротив, клеймили «вещизм», боролись со «стилягами». Если первые четыре десятилетия советского периода человека питали духовные, почти религиозные образы долга, Родины, то начиная с 60-х годов появляется «голод на образы». Неосознанное недовольство жизнью в городском советском обществе усугубляется избыточной надежностью социального уклада, его детерминированностью, небольшим, но гарантированным благосостоянием. Обратной стороной высокой социальной защищенности явилась скука, особенно явно проявлявшаяся в среде молодежи, не испытавшей на себе ни войны, ни разрухи. Таким образом, в СССР не удовлетворялась значимая для человека потребность в неопределенности и приключениях [14].

На фоне тяги к приключениям еще в 30-х годах появляется массовое увлечение альпинизмом, а затем более демократичными и доступными туристическими походами. «Обычной одеждой интеллигента того времени становится брезентовая штормовка, а большой “абалаковский” (по фамилии своего конструктора) рюкзак – атрибутом истинного романтика» [31].

Комсомольская организация не препятствовала развитию движения «людей с рюкзаками», наоборот, даже поощряла его. Уже в первые послевоенные годы для самостоятельных туристов стали издаваться пособия, разрабатываться инструкции, методические рекомендации по самодеятельному туризму, перечни классифицированных туристских маршрутов, перевалов, пещер, туризм включается в Единую всесоюзную спортивную классификацию. В стране была выстроена мощная структура управления туризмом, во главе которой стояли Всесоюзный Цен-

тральный Совет Профессиональных Союзов (ВЦСПС) и Союз спортивных обществ и организаций СССР, а работа на местах шла через секции и федерации добровольных спортивных обществ (ДСО). Туристские путешествия было принято разделять на самостоятельные (организовывались силами туристской группы) и плановые (приобреталась путевка на определенный маршрут). Для европейского движения «людей с рюкзаками» любая мысль о контроле, структурированности и плановости была противоестественной. В советской же действительности мы столкнулись с уникальным явлением: с одной стороны, движение «людей с рюкзаками» развивалось в рамках идеологии партии и правительства, внутри комсомольского движения и по определенным «правилам игры», с другой – было средством ухода от формализма и официоза.

Туристские походы позволяли их участникам примерить на себя совершенно новый образ романтического героя 60-х: им стал младший научный сотрудник или аспирант, заядлый походник, поющий под гитару. «Романтический идеал 60-х – универсальный человек, одинаково естественно чувствующий себя и в научной лаборатории, и посреди заболоченной тайги, и в кругу друзей. “Физик” и “лирик” в одном лице» [31]. Помимо налета романтики, такие походы имели еще и важную функцию «репетиции жизни». Тут можно было рисковать (и учиться грамотно просчитывать риски), принимать решения, нести ответственность за себя и за других.

Таким образом, уникальность советской туристской субкультуры 60-х годов заключалась в том, что она развивалась в русле идеологической линии партии, внутри комсомольского движения, не только не противостояла им, но даже поддерживалась государством. «Людьми с рюкзаками» руководило желание проявить себя, примерить на себя образ «героя», а также романтические порывы поиска искренних чувств, свежих эмоций, желание сбежать из «каменных джунглей» и воссоединиться с природой. Для общества того периода были характерны предсказуемость и относительное благополучие жизни при условии постоянного контроля, в том числе через подчинение коллективу. Можно сказать, что туристские походы 60-х были манифестацией внутренней свободы. Таким образом, исходя из критерия ценностных ориентаций [24] субкультура «людей с рюкзаками» относилась к романтико-эскапистскому типу. Преобладание молодежных субкультур активно-созидательного, романтического и альтруистического направления в принципе было характерно для советской эпохи [19].

Итак, мы осветили предпосылки развития туризма в СССР в середине XX века. Но что дает нам право говорить о формировании туристской субкультуры? Выше мы уже перечисляли объединяющие признаки субкультур. Обобщив точки зрения разных исследователей, к ним можно отнести: общность субъекта и вида деятельности, наличие инициативного центра, специфический стиль жизни и поведения, наличие специфических норм и ценностей, особые ритуалы и определенную внешнюю атрибутику (одежда, аксессуары, особый сленг).

Интересное исследование туризма 60-х с позиции субкультуры проводит в своих статьях Е. И. Ферапонтов [28]. В качестве субъекта деятельности он выделяет студента. В советское время в принципе большинство молодых людей включалось в субкультуры на первых курсах обучения в высших учебных заведениях [20]. Однако движение «людей с рюкзаками» выросло вместе с его приверженцами, и к семидесятым – восьмидесятым годам оно стало движением «инженерским». Существовали также организованные субъекты данной субкультуры. Ими могли выступать туристская группа – первичная ячейка субкультуры, которая, как правило, включала 8–15 членов, а также упомянутые выше турклубы, функция которых состояла в организации и материальном обеспечении маршрутов, хранении и передаче традиций.

Формальным инициативным центром выступали различные туристские организации. Ценности самостоятельных туристов того времени носили романтический оттенок, но, помимо достижения «высоких» целей, туризм, безусловно, выполнял рекреационную и досуговую функцию (это был способ расслабления, а не принудительная необходимость); кроме того, он был официально признанным видом спорта, разрешенным хобби, включал игровые элементы. Нельзя отрицать наличия в нем познавательной и оздоровительной функций, хотя, возможно, они и не мыслились в качестве самоцели. Вернее говорить о двух подвидах туризма: туризме как виде спорта (групповые походы, имеющие целью физическую закалку организма) и как виде путешествий, совершаемых для отдыха и самообразования. При этом, если говорить о конкретном виде деятельности, в туристской субкультуре существовало свое деление в зависимости от того, куда и как ходили туристы: «пешеходники», «водники», «горники», альпинисты, спелеологи и т. д. Между этими группами существовало много общего, хотя присутствовали и различия в сленге, элементах фольклора.

Перечень туристских ритуалов был весьма обширен. К ним можно отнести особый порядок сбора, ритуалы перехода из «чайников» в туристы, правила распределения обязанностей, специфические суеверия туристов. Туристское движение имело мифологию со своим пантеоном и своей демонологией: Черный Альпинист, Белый Спелеолог, местные духи и т. д.

У «людей с рюкзаками» существовал особый кодекс чести (приоритет интересов группы над индивидуальными, подчинение более опытным туристам, помощь слабым и новичкам, распределение обязанностей на равных) и правила поведения на природе (бережное к ней отношение).

Турист обязательно имел узнаваемую одежду и атрибуты: палатку, рюкзак, котелок, штормовку, кеды, гитару, фотокамеру. Эта атрибутика и сленг были строго локализованы территориально (т. е. проявлялись на маршруте, вне городской среды) и временными рамками (применялись во время туристического сезона). Однако, благодаря обширной периферии (людей слабо связанных с субкультурой, однако владеющих основными ее понятиями) и неизбежной проницаемости границ социальных ячеек, ряд элементов туристского фольклора влился в понятие городского фольклора [29], а значит, и городской культуры. Ярче всего иллюстрирует этот тезис авторская песня, перекочевавшая на кухни, в стены студенческих общежитий, а затем в молодежные кафе (см: [34]).

Кроме того, если сегодня понятие туриста довольно размыто – туристом мы назовем и того, кто полетел загорать на турецком пляже, кто поехал в автобусный тур по замкам Луары или пошел в поход на Таганай, – то в середине XX века оно было куда более конкретным. Турист («человек с рюкзаком») противопоставлялся «курортнику» [21]. Вместе с тем некоторые «курортники» хотя и не обладали такой развитой и оформленной субкультурой, но тоже были близки к самостоятельным туристам. Самостоятельный туризм курортников был основан на сильнейшей личной мотивации. Отличительной его чертой было то, что отдыхающий почти не пользовался имеющейся туристской инфраструктурой (часто это было не принципиальной, а вынужденной позицией из-за недостаточности инфраструктуры и нехватки профсоюзных путевок «простому советскому человеку»). Безусловно, одним из факторов развития такого вида туризма был материальный: соблазн провести весь отпуск на курорте с минимальными затратами (правда, предполагалось юмористическое отношение к сервису). Иногда это был не просто недорогой и самостоятельный тур, а тур вне дестинации, но в основном, в отличие от туристов, для «дикарей-курортников» были привлекательны как раз «исхоженные» места [12]. «Курортник», судя по названию, – человек, отдыхающий в курортной

зоне. А курорт – это по определению местность освоенная и используемая для организации отдыха и оздоровления.

Тем не менее между «людьми с рюкзаками» и «дикарями-курортниками» общим было спокойное отношение к материальным факторам и выход на первый план чисто человеческих качеств: смелости, ответственности и взаимовыручки (подобная взаимовыручка «курортников» легла, например, в основу сюжета известного советского фильма «Будьте моим мужем»). Таким образом «курортники» также находились в тренде общего романтического настроения в отношении путешествий. В итоге каждое лето в Краснодарский край, на побережье Крыма и Кавказа устремлялись потоки молодежи и вполне зрелых семейных людей, которые брали штурмом поезда, а жить готовы были в сараях и на верандах.

Правомерно ли говорить о существовании туристской субкультуры сегодня? Во-первых, нельзя сказать, что движение «людей с рюкзаками» полностью исчезло, хотя стоит признать, что оно несколько трансформировалось. Более размытым стал и портрет типичного бэкпэкера: сегодня это может быть и городской интеллигент, который много лет занимается туризмом, превратив его во вторую профессию и дополнительный образ жизни, – в их довольно сплоченной и устойчивой среде воспроизводятся песни, язык общения, мифы, предания, анекдоты, уходящие корнями в советскую эпоху; вместе с тем в настоящее время подобное движение существует и в молодежной среде (20–30 лет). Что движет этими людьми сегодня, какова вероятность того, что свое увлечение они пронесут через всю жизнь (в частности, сохранится ли оно после появления детей) – вопрос интересный и требующий отдельного рассмотрения. Однако можно предположить, что это движение в целом сохранило черты и особенности туристской субкультуры XX века, начиная от одежды и атрибутики (сегодня, правда, более «продвинутой»), заканчивая ценностями искренней дружбы и общения (хотя, возможно, не столь романтизируемыми) и функцией эскапизма (бегства пусть не от идеологии и контроля, но из «каменных джунглей» и сферы долженствования). Роднит современных «бэкпэкеров» с советскими «рюкзачниками» и туристский фольклор: легенды про черного альпиниста и бардовская песня передаются из поколения в поколение. Интересно, что такой феномен, как современная туристская песня, в принципе не сформировался – у костра по-прежнему звучат преимущественно «Солнышко лесное», «Изгиб гитары желтой» и т. п.

Никуда не делись и «дикари-курортники», хотя стали более притязательными в отношении условий своего отдыха. Думается, что сегодня все меньше желающих, к примеру, отправиться жить на две недели в палатке или сарайчике с маленькими детьми. В наше время фраза «мы ездили отдыхать дикарями» скорее подразумевает более или менее комфортабельную поездку на собственном автомобиле и размещение в гостевых домах.

Сегодня при упоминании о «туристе» первой пришедшей ассоциацией вряд ли будет бородатый младший научный сотрудник какого-нибудь НИИ с рюкзаком и гитарой, скорее воображение нарисует нам образ человека, отправляющегося в путешествие (чаще зарубежное) в комфортных условиях и с использованием услуг специализированных туристских предприятий. То есть современный туризм – «это уже не совсем туризм романтиков» [21, с. 451]. Туристские поездки в наше время приобрели массовый, стереотипный и нередко поверхностный характер. Но, несмотря на разнообразие современных туристских практик, туризм все же сохраняет определенные признаки субкультуры.

Если опереться на обозначенный выше перечень этих признаков – субъект, вид деятельности, инициативный центр, ценности и нормы поведения, ритуалы и внешняя атрибутика, – то можно попытаться охарактеризовать типичный образ современного туриста.

Движение «людей с рюкзаками» объединяло довольно широкий пласт студенчества и городской интеллигенции, среди которых встречались представители разных профессий, люди с разным семейным положением, увлечениями, социальным статусом, «дикари-курортники» – еще более неоднородная среда. Современные туристы также очень разнообразны, в их число могут включаться представители любого социального слоя. Встречаются даже попытки их классификации (в основном не носящие научного и систематического характера, но довольно любопытные). Например, на одном из тематических интернет-ресурсов о туризме [3] выделены следующие типы: «VIP-classic» (человек, предпочитающий отдых по высшему разряду, способный себе это позволить), «отморозок» (имитирует образ жизни и привычки VIP-туриста, путешествует для поддержания имиджа); «эскапист» (любитель экологического и экстремального туризма, уставший от рутины и современного ритма жизни) – эти разновидности туристов довольно малочисленны. Подавляющее большинство туристов – это «курортники» (предпочитающие пляжный отдых, «двигатели турупрогресса», задающие тон и ценовую политику предприятиям туристической индустрии) и «экскурсанты», среди которых выделяются «максималисты» и «минималисты» в зависимости от глубины знакомства с дестинацией. Несмотря на довольно выраженную конфронтацию между «курортниками» и «экскурсантами» (подобно противопоставлению «туристов» и «курортников» в советский период), можно выделить смешанный тип «курортника-экскурсанта», который является основным потребителем турпродукта формата «неделя экскурсий + неделя отдыха на море». В рамках самостоятельного туризма выделяются такие типы, как «индивидуалист», отрицающий групповые туры с их жестким графиком и передвижением в толпе «сотоварищей», «бэкпэкер» (в отличие от «людей с рюкзаками» 60-х, движим не столько романтическими порывами, сколько стремлением к максимальной оптимизации расходов на поездку и предпочитающий нестандартные программы путешествий) и «автостопщик».

Таким образом, у современных туристов выбор конкретной дестинации и бюджет поездки могут сильно различаться, причем материальное положение и социальный статус не обязательно являются определяющими в данном выборе.

Сложнее обстоит дело с определением инициативного центра для современного туризма. Под инициативным центром субкультуры понимают некий инициативный блок, который формирует целостную картину мира, проповедует определенный образ жизни, отношение к тем или иным социальным явлениям, вырабатывает тексты, которые закладывают основу ценностей той или иной группы, т. е. формирует субкультурное мировоззрение своих членов. В туристской субкультуре советской эпохи такую роль выполняли туристские клубы. Сегодня сложно обозначить какую-либо формальную структуру, взявшую на себя эти задачи. Можно предположить, что таким инициативным центром, правда с размытыми границами и отсутствием явно выраженного лидера, являются средства массовой информации, и прежде всего Интернет и социальные сети. Так, на самых разнообразных сайтах для приверженцев туризма и профессионалов турбизнеса можно наткнуться на определения современного туриста как человека, ищущего авантюрного путешествия, выбирающего для просмотра достопримечательности на основе рекомендаций из социальных сетей. Отмечается явное взросление и «возмужание» посетителей туристской интернет-аудитории – это говорит о том, что в Сеть приходит самая платежеспособная часть населения, задающая тон в путешествиях и моду на направления поездок; более того, среди этой аудитории все больше мужчин, а именно они часто являются конечными покупателями турпродукта. Другие источники сообщают о росте мобильного потребления и мобильной рекламы в сфере туризма, а также поддержке специальных мобильных сервисов

для туристов владельцами платформ (например, компаниями Google, Apple, Microsoft и проч.).

Вопрос о нормах поведения современного туриста остается открытым. Еще 5–10 лет назад это понятие и вовсе было размытым, но в последнее время намечается тенденция к общему повышению культурного уровня туриста из России (вечно пьяные Гена и Вован из Нижнего Тагила на турецком курорте – это все чаще комические персонажи, а не реальные люди).

Ценности и смыслы, которые движут современным массовым туристом, сейчас активно изучаются разными отраслями научного знания. Популярной позицией является рассмотрение туризма с точки зрения потребительских ценностей (туризм как практика «присвоения» туристских объектов, искусственно созданных применительно к нуждам туристов, которые не стремятся к истинному познанию и аутентичности, а нацелены лишь на получение заранее запланированного удовольствия), однако этой концепции противоречат новые формы «глубинного туризма».

Ритуалов в туризме сейчас не меньше (если не больше), чем в середине XX века. Современные исследователи выделяют несколько групп подобных ритуалов: ритуалы присвоения (приобретение сувениров), ритуалы жертвоприношения (бросание монеток), ритуалы маркирования автопрезентации – «здесь был Я» (фотографирование), мемориальные ритуалы (во время посещения захоронений) [13]. Также современным турпоездам сопутствуют специфические ритуалы перехода (получение визы, сбор чемоданов, передача дел на работе, перевод часов в самолете, распитие спиртного с незнакомым попутчиком в поезде). Ритуалы возвращения менее праздничны, но столь же обязательны: подробные отчеты перед друзьями, вручение подарков близким, демонстрация фотографий и выкладывание их в социальных сетях [27].

Внешний вид и атрибутика современного туриста не так просто поддаются обобщенной характеристике, как в случае «людей с рюкзаками», но все же узнаваемы: купальник, солнечные очки, сланцы или легкие кроссовки, шорты или капри, селфи-палка, чемодан на колесиках.

У современного туриста есть свой язык, куда проникают профессиональные термины индустрии туризма (дабл, ол инклюзив, сити-отель, бунгало), которые становятся общеупотребимыми и понятными потребителю туристских услуг. И хотя автор данной статьи совершенно не является специалистом в музыке и современных музыкальных жанрах (поэтому следующую мысль можно рассматривать только как допущение на уровне обывателя), но можно предположить даже существование определенной музыкальной культуры современных популярных курортов. Ведь как «Милая моя, солнышко лесное...» неизменно навеивает мысли о палатке и костре, так «Третье сентября», «Марджанджа», «Натали» или «Черные глаза» вызовут ассоциации с сочинскими прибрежными кафе у большинства из тех, кто отдыхал на этом курорте за последние 15 лет.

Таким образом, мы можем утверждать, что феномен современного туризма вырос на основе серьезных трансформаций советской туристской субкультуры и сохранил признаки субкультуры, но не укладывается в классическое ее понимание из-за слишком большого разнообразия видов современного туризма. За последние 10–15 лет появились совершенно новые понятия: деловой туризм, паломнический туризм, агротуризм (60 лет назад, наверное, никому даже не пришло бы в голову, что возможно платить за то, чтобы самому работать на уборке урожая), индустриальный туризм (по крайней мере, его цели и содержание сильно видоизменились), экологический туризм, не говоря уж о совсем экзотических видах вроде «черного» туризма, путешествий по «заброшкам» и т. д. Сегодня туризм может быть даже космическим или виртуальным.

Да и остальные признаки современного туриста, которые мы попытались выделить как «типичные», при ближайшем рассмотрении отнюдь не создают целостной картины – скорее наоборот. Собственно, это неудивительно: изменился сам турист. Вернее, он продолжает постоянно меняться в рамках «текучей современности». Об этом изменении говорил еще Зигмунд Бауман в далеком 1995 году. Он сравнивал паломника как воплощение модерна, а современное ему общество характеризовал собирательным образом, в который включены фигуры фланера, бродяги, игрока и туриста. Турист получает от Баумана весьма нелестную характеристику человека поверхностного, постоянно ищущего новых переживаний и приключений, экзотики, но при условии максимальной безопасности и того, что эта экзотика «не въестся в кожу, и ее можно будет стряхнуть с себя в любой момент» [4]. Формула Баумана во многом оправдана, но и она устарела за последние 20 лет: в нее с трудом вписывается феномен благотворительного туризма, «глубокого» или волонтерского туризма. Хотя относительно последнего из упомянутых в 2012–2013 годах стали разгораться жаркие споры под лозунгом «волонтерский туризм – это новый колониализм» [11].

Современные туристы характеризуются разными системами ценностей, интересами и ожиданиями от поездок. Разнообразие видов туризма порождает разные цели, мотивы, движущие силы, которые руководят туристом. В то же время нельзя не отметить базовое, глубинное сходство их стремлений. В данном случае, конечно, следует отделить такие категории путешественников, как паломники, деловые туристы, туристы, отправляющиеся на лечение в соответствии с рекомендациями врача, и прочие, которые хотя и подпадают под законодательное понятие туризма, но отправляются в путь с узкой, строго ограниченной целью. В остальном же для современного туриста – «курортника», «походника», «экскурсанта» – путешествие является эскапистской либо потребительской практикой, или формой поиска собственной идентичности. В общем-то, на этом и построены основные современные подходы к пониманию туризма. Правда, в отличие от достаточно замкнутого и «герметичного» движения советских «рюкзачников», сегодня туризм доступен многим.

Мы видим, что современный туризм несводим к классическому определению субкультуры. Н. Н. Шабалова предлагает определить его как транссубкультуру, понимая ее как «культурное саморазвивающееся образование, возникающее на перекрестке культур, интегрирующее ценности, нормы и стили разных культур» [33, с. 139]. Данный термин базируется на понимании М. Н. Эпштейном термина «транскультура»: «Транскультура – это сфера культурного развития за границами сложившихся национальных, расовых, гендерных, профессиональных культур. Транскультура преодолевает замкнутость их традиций, языковых и ценностных детерминаций и раздвигает поле “надкультурного” творчества. Транскультура предполагает позицию отстранения, “внезаходимости” по отношению к существующим культурам и процесс преодоления зависимостей от “своей”, “родной”, “врожденной” культуры. Транскультура выявляет нереализованные возможности, смыслы и знаковые лакуны в культурах и создает новую символическую среду обитания на границах и перекрестках разных культур» [35, с. 90]. Транскультура приобретает при выходе из своей культуры, на контакте с чужими в результате опыта собственных культурных странствий и трансмутаций. В рамках транскультуры действует принцип не дифференцирования, а интерференции, т. е. рассеивания символических значений одной культуры в поле других культур, подразумевается виртуальная принадлежность одного индивида многим культурам, когда любой элемент культуры не диктуется как традиция, а свободно выбирается [36].

Так и туристская субкультура преодолела свои собственные границы: туристом сегодня является и «походник», и «дикарь», и «пакетник». Один и тот же че-

ловец сегодня летит на Ибицу, а через 3 года пытается понять себя и постичь высшие смыслы на Тибете, сегодня «пропускает стаканчик» в самолете по пути в Турцию, а завтра предельно тактичен, дисциплинирован и сдержан при полете на деловые переговоры в Гамбург – при этом во всех случаях он не перестает быть туристом. Следуя за Эпштейном, можно отметить и «внеаходимость» туристской субкультуры. Только с позиции «внеаходимости» туризм может понять и проанализировать себя, что он и пытается делать сейчас в рамках различных научных подходов.

Исходя из изложенного, возникает вопрос: насколько современный туризм смог выйти за рамки породившей его городской культуры? Не прибегая к данным статистики, интуитивно понятно, что подавляющее большинство клиентов современных турагентств (по крайней мере, в российских реалиях) являются городскими жителями, чаще – обитателями крупных городов. Это связано и с общим преобладанием городского населения в большинстве стран мира, и с большей информационной доступностью туристских услуг для горожан, экономическими и социальными факторами: обычно более высоким уровнем дохода горожан и большим количеством свободного времени, специфическим городским образом жизни и вытекающими из него сложностями и противоречиями городской среды. Можно возразить: клиентами турфирм являются не только жители крупных столичных городов (да и не только городов вообще), но ведь мы уже знаем, что городская культура не всегда ограничена физическим пространством города. Она подразумевает особую систему норм, правил и образцов поведения, парадигм мышления и ценностей, особого мировосприятия, которые сложились под влиянием специфического городского образа жизни. Благодаря совокупности этих особенностей стимулируется и реализуется активность людей, живущих в рамках этой культуры, даже если ее рамки не совпадают с физическими границами конкретных административно-территориальных образований. Вместе с тем специфика городского существования порождает ряд субкультур, среди которых одной из самых массовых и атрибутивных для города является транссубкультура туризма.

Литература

1. Абрамова Г. С. Возрастная психология : учеб. пособие для студ. вузов. – 4-е изд., стереотип. – М. : ИЦ «Академия», 1999. – 672 с.
2. Алипхапова Ф. Н. Факторы, формирующие молодежную субкультуру // Сибирский педагогический журнал. – 2009. – № 7. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/factory-formiruyuschie-molodezhnyu-subkulturu> (дата обращения: 29.08.2016).
3. Баландинский Н. Типология «русского туриста» // 100 дорог. – URL: <http://100dorog.ru/club/stories/30773/> (дата обращения: 02.09.2016).
4. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. – 1995. – № 4. – URL: <http://jour.isras.ru/index.php/socjour/article/view/218/219> (дата обращения: 01.03.2016).
5. Бородин А. Как за 50 евро слетать в Европу. Готовые решения для экономных путешественников. – URL: <http://unotices.com/book.php?id=126335> (дата обращения: 01.09.2016).
6. Динец В. Краткая история автостопа в России и странах СНГ до 1978 года // Академия вольных путешествий. – URL: http://www.avp.travel.ru/dinec_stopstory.htm (дата обращения: 20.09.2016).
7. Драч Г. В., Штомпель О. М. Культурология. – СПб. : Питер, 2011. – 384 с.
8. Ерасов Б. С. Социальная культурология : пособие для студентов высших учебных заведений. – М., 1996. – 591 с.
9. Захарова П. И. Глобализация и социальная стратификация как факторы возникновения и развития молодежных субкультур // Вестник КазГУКИ. – 2013. – № 3. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-i-sotsialnaya-stratifikatsiya-kak-factory-voznikno-veniya-i-razvitiya-molodezhnyh-subkultur-1> (дата обращения: 10.05.2016).

10. Зукин Ш. Культуры городов. – М. : Новое литературное обозрение, 2015. – 424 с.
11. Измestьева Е. Волонтерский туризм: как новый тренд приносит больше вреда, чем пользы // Теплица социальных технологий. – 2014. – 09 декабря. – URL: <http://test.ru/2014/12/09/voluntourism-does-more-harm-than-good/> (дата обращения: 20.02.2015).
12. История туризма и гостеприимства : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Березовая. – М. : Юрайт, 2014. – 477 с. – URL: http://studme.org/37868/turizm/istoriya_turizma_i_gostepriimstva (дата обращения: 10.05.2016).
13. Калужникова Е. А., Николаева Е. Ю. Ритуально-игровые формы в современном экскурсионно-познавательном туризме // Вестник Гуманитарного университета. – 2015. – № 1 (8). – С. 73–79.
14. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – URL: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul.htm>
15. Корженко А. Л. Идеология и современные молодежные субкультуры // Мониторинг. – 2010. – № 6 (100). – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ideologiya-i-sovremennye-molodezhnye-subkultury> (дата обращения: 29.08.2016).
16. Левикова С. И. Две модели динамики ценностей культуры: (На примере молодежной субкультуры) // Вопросы философии. – 2006. – № 4. – С. 71–79. – URL: <http://libkern.su/index.php/easyblog/entry/levikova-s-i-dve-modeli-dinamiki-tsennostej-kultury-na-primere-molodezhnoj-subkultury-s-i-levikova-voprosy-filosofii-2006-4-s-71-79> (дата обращения: 02.09.2016).
17. Левикова С. И. Молодежная субкультура. – М. : Гранд, 2004. – 608 с.
18. Левикова С. И. Феномен молодежной субкультуры (социально-философский аспект) : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11. – М., 2002. – URL: <http://www.dissert.ru/levikovaSI.html>
19. Логвинов И. Н., Сарычев С. В., Логвинова М. И., Логвинова Т. И. Социально-психологические подходы к изучению молодежных субкультур в России // Ученые записки : электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2014. – № 2 (30). – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskie-podhody-k-izucheniyu-molodezhnyh-subkultur-v-rossii> (дата обращения: 29.08.2016).
20. Лучинкина А. Л. Самоорганизация молодежи в советский и постсоветский периоды в протестные молодежные субкультуры: сравнительный анализ // Мониторинг. – 2013. – № 2 (114). – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/samoorganizatsiya-molodezhi-v-sovetskiy-i-postsovetskiy-periody-v-protestnye-molodezhnye-subkultury-sravnitelnyy-analiz> (дата обращения: 31.08.2016).
21. Мясникова Л. А. Туризм как феномен городской культуры // Современный город: социальность, культуры, жизни людей : материалы XVII Международной научно-практической конференции Гуманитарного университета 14–15 апреля 2014 года : доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. : в 2 т. – Т. 1. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2014. – С. 447–451.
22. Парийчук А. В. Молодежная субкультура как игра // Вестник ЧелГУ. – 2012. – № 35 (289). – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/molodezhnaya-subkultura-kak-igra> (дата обращения: 29.08.2016).
23. Путешествие автостопом в советское время // Музей СССР «20 век». – URL: <http://20th.su/2010/10/05/puteshestvie-avtostopom-v-sovetskoe-vremya/> (дата обращения: 01.09.2016).
24. Сергеев С. А. Молодежные субкультуры в республике // Социологические исследования. – 1998. – № 11. – С. 95–102. URL: – http://ecsocman.hse.ru/socis/volumes.html?year=1998&j_num=17013092 (дата обращения: 31.08.2016).
25. Слюсаревский Н. Н. Субкультура как объект исследования // Культурология : электронная библиотека. – URL: <http://www.countries.ru/library/typology/subkultura.htm>
26. Соколов М. Субкультурное измерение социальных движений: когнитивный подход // Молодежные движения и субкультуры Петербурга. – URL: <http://subculture.narod.ru/texts/book2/sokolov.htm> (дата обращения 02.09.2016).
27. Фенько А. Б. Туризм как показатель социального статуса // Социс. – 2007. – № 2. – URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Fenko.pdf> (дата обращения: 02.03.2016).

28. Ферাপонтов И. Е. Мифологическая проза туристов // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика. – URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/ferapontov5.htm> (дата обращения: 11.05.2016).
29. Ферাপонтов И. Е. Туристский быт и фольклор: опыт системного анализа // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика. – URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/ferapontov7.htm> (дата обращения: 11.05.2016).
30. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. – Минск, 2000. – 101 с.
31. Цесельский И. Романтика и пошлость потребления советского общества // Профессионалы.ru. – URL: https://professional.ru/Soobschestva/rozhdyonnye_v_ssr/romantika-i-poshlost-potrebljadstva/
32. Шабалова Н. Н. Туризм как транскультурный феномен // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 8. – С. 137–139.
33. Шабанов Л. В. Социально-психологические характеристики молодежных субкультур: социальный протест или вынужденная маргинальность. – Томск : Томский государственный университет, 2005. – 399 с. – URL: <http://window.edu.ru/resource/692/46692/files/tsu033.pdf> (дата обращения: 28.09.2016).
34. Шостаков Г. В. Массовые музыкальные жанры XX века в системе музыкально-эстетического воспитания : учеб.-метод. пособие. – Брест, 2002.
35. Эпштейн М. Н. Транскультура и трансценденция // Только универсальное глобально: Личность и управление. Культура и образование. – СПб. : СПбГУКИ, 2007.
36. Эпштейн М. Н. Транскультура: между глобализмом и многокультурием. Как обрести свободу от своей родной культуры // Топос. – Проектный словарь философии. Новые понятия и термины № 24. – URL: <http://www.topos.ru/article/2976?page=1> (дата обращения: 13.05.2016).

Olga Yurievna Minina,

Post-graduate Student, Lecturer at Hospitality and Tourism Chair,
Liberal Arts University – University for Humanities (Ekaterinburg)

Tourism: From the Urban Subculture to «Transsubkulture»

The article regards tourism as one of the city subcultures. The article marks the reasons for subcultures forming within the structure of urban culture, the main features of subcultures, such as the subject, activity, initiative center, values and norms of behavior, rituals, clothing and attributes. In accordance with these features the author explains her understanding of tourism as a subculture, considers prerequisites for the formation of the tourist subculture as a movement of «people with backpacks» in the 1960ies, the relationship between the concepts «tourist» and «Spa Visitor», focuses on the features of the tourist subculture in the Soviet society. The study traces the transformation of the tourist subculture and its elements, which marks differences between the modern and the Soviet understanding of the nature of tourism, it is concluded that modern tourism also has signs of subculture, but it does not fit the classical understanding, thus the author introduces the concept of «transsubkulture».

Keywords: tourism; subculture; «people with backpacks»; «spa visitor»; urban culture.