

Роль новых форм туристских практик в уточнении современного понимания туризма

«Текущая современность» предполагает непрерывную трансформацию современной культуры и порождаемых ею явлений. Новые форматы социально-культурных практик диктуют необходимость пересмотра теоретических определений социокультурных феноменов, порождением которых они являются. В частности, это касается туризма как особого социокультурного явления и социально-культурной практики. В статье рассматриваются новые форматы туризма, заставляющие пересмотреть его определение.

Ключевые слова: философия культуры; туризм; экскурсия; нестандартные форматы туризма; имманентный туризм.

Еще Людвиг Фейербах, осуществляя реформу философии, настаивал на смещении ее интересов в сферу повседневной жизни «эмпирических индивидов». В современном мире философия уже не может развиваться без учета динамики социально-культурных практик. Многие социально-культурные феномены становятся объектами пристального внимания культурологии и философии культуры – к таким явлениям и практикам относится, в частности, туризм. Философско-культурологический анализ туризма заставляет уточнять и изменять представления о пространстве, времени, о границах понятий и наук, о месте и статусе того или иного социокультурного феномена.

Именно туризм стал ярчайшим проявлением диктата мобильности нашего мира. Туризм постиндустриального общества все более и более превращается в транссубкультуру, стирающую жесткие рамки локальных культур. Эти изменения заставляют пересматривать и определения самого туризма.

Цель статьи: обозначить новые формы практик туризма, не укладывающиеся в традиционные нормативы (в том числе законодательные) и понятия.

Разработкой определений и терминов в области туризма ежегодно занимаются различные организации, включая Лигу наций, ООН, ЮНВТО, Организацию экономического развития и сотрудничества, что свидетельствует о теоретической и практической значимости определения туризма, а также о стремлении сделать его более полным и точным с учетом новых тенденций и явлений.

В настоящее время в международной практике одним из самых широко используемых является определение, выработанное Международной конференцией по статистике путешествий и туризма (Оттава, 1991) и одобренное ВТО и Статистической комиссией ООН. Согласно ему туризм – это временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или в местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия, отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте. На это определение, уточняя некоторые аспекты, опирается и российский законодатель (ФЗ «Об основах туристской деятельности» от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ).

* Людмила Анатольевна Мясникова, д-р филос. наук, профессор, профессор кафедры социально-культурного сервиса и туризма, АНО ВО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург).

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

E-mail: o-minina@mail.ru

Однако стоит отметить, что сегодня появляются новые формы и виды туризма, которые побуждают задуматься об изменении границ классических понятий.

Во-первых, стоит отметить, что сегодня крайне расплывчатой становится граница между понятиями туриста и экскурсанта. Главное отличие туризма от экскурсии – выезд за пределы обычной среды продолжительностью более суток и осуществление как минимум одной ночевки. Однако такое разделение имеет смысл скорее с экономической и юридической точек зрения (к компаниям, осуществляющим деятельность по организации туров, и компаниям, выполняющим исключительно функции экскурсионного бюро, применяются принципиально разные законодательные требования и ограничения). По сути же подобные практики можно объединить в понятие туризма, так как экскурсии являются неотъемлемым компонентом туристской деятельности – очень малый процент туристских поездок обходится совсем без экскурсий. Да и для потребителя, не знакомого с официальными определениями, разница, например, между туром выходного дня и экскурсией довольно туманна, эти понятия используются на уровне синонимов. Даже официальные документы (например, ГОСТ Р 54605-2011 Туристские услуги. Услуги детского и юношеского туризма. Общие требования) фактически смешивают эти понятия (хотя стоит уточнить, что в редакции документа от 2017 года это противоречие было подкорректировано).

Но и иные распространенные сегодня виды туристских практик не всегда вписываются в классическое определение туризма как с точки зрения технологии организации, так и с точки зрения мотивации путешествий.

В качестве примера подобного рода практик можно привести дауншифтинг. Темп современной жизни и внутренние ритмы человека часто не согласуются, что чревато внутренними конфликтами и внешними неудачами, фрустрацией и пессимизмом. Ответом на это может быть дауншифтинг как выбор между доходами и стрессами, с одной стороны, и духовным комфортом – с другой. Обычно дауншифтерами становятся молодые люди, добившиеся определенных успехов в карьере. В момент перелома дауншифтер может уйти на менее престижную, но более интересную работу, стать «вольным художником», уехать на Гоа или переселиться в деревню. С одной стороны, при соблюдении определенных формальных условий (если на Гоа он уезжает не на всю жизнь, а, к примеру, «перезимовать») дауншифтер подпадает под категорию туристов, хотя его внутренняя мотивация далека от «стандартного набора» целей туризма.

Еще одна иллюстрация – нестандартные форматы туризма, например бомж-туризм. За рубежом подобные форматы «отдыха» пользуются определенной степенью популярности у богатых людей, желающих пощекотать себе нервы и погрузиться в кардинально отличающуюся от привычной им обстановку. Бомж-туризм, или клошар-туризм (от французского слова *clochard* – бездомный), существует во многих форматах. В основном подразумевается перевоплощение «туриста» при помощи большого количества ассистентов в бомжа (чернорабочего, проститутку): заказчика соответственно одевают, гримируют, придумывают ему «задания», контролируя при этом его безопасность путем пресечения возможных нападений «друзей по несчастью» и налаживание связей и договоренностей с различными структурами и институтами (например, правоохранительными органами), с которыми может вступать в взаимодействие новоиспеченный бездомный. В России несколько фирм уже имеет опыт организации бомж-туров с одной поправкой – не в индивидуальном, а в групповом формате, что значительно удешевляет «удовольствие» и придает решительности каждому участнику тура. Такие практики опять же не вписываются в набор классических туристских целей, а также не соответствуют иным формальным требованиям (например, считать ли «зарабатывание» милостыни занятием оплачиваемой деятельностью?).

Приведенные выше примеры тем или иным образом все же можно вписать в традиционное определение, ведь даже основной отраслевой закон РФ, регулирующий деятельность в сфере туризма, в общих чертах учитывает возможную нестандартную мотивацию туристов, добавляя к лечебно-оздоровительным, рекреационным, познавательным, физкультурно-спортивным, профессионально-деловым и религиозным целям поправку «и иные». Тем не менее современные туристские практики претендуют на корректировку казалось бы незыблемого принципа туризма, подразумевающего физическое перемещение в пространстве.

Благодаря современным компьютерным технологиям получил широкие перспективы развития т. н. виртуальный туризм. Под виртуальным туризмом можно понимать деятельность индивида, позволяющую посредством использования современной компьютерной техники и коммуникационных сетей создать и получить максимально реалистичную сенсуальную информацию о желаемой дестинации из числа реально существующих без фактического перемещения в нее [5]. В частности, он рассматривается как одна из разновидностей социального туризма с целью социокультурной реабилитации людей пожилого возраста и инвалидов, но в то же время его элементы широко применяются в рамках музейно-выставочной деятельности (виртуальные экскурсии на сайтах музейных объектов). Виртуальный туризм можно считать интереснейшим феноменом современности, ведь до сих пор само понятие туризма априори предполагало перемещение с места постоянного пребывания, равно как и классическое понимание экскурсии непременно предполагает перемещение вдоль маршрута и знакомство с объектами непосредственно на месте их нахождения. Виртуальное же путешествие осуществляется «бесконтактно», масштаб «посещаемого» объекта может быть абсолютно любым (например, можно осмотреть только Оружейную палату Кремля, не «заходя» на Красную площадь), соответственно виртуальный турист избавлен от необходимости знакомиться с объектами, находящимися на пути следования до конечной точки, и может в любой момент прервать и возобновить путешествие [5].

Интересного рода примером могут стать также т. н. фальш-туры, или путешествия «понарошку», изначально появившиеся в практике деятельности алиби-агентств. В программу такого «тура» включены сбор информации и подготовка рассказа о путешествии сотрудниками агентства, билеты из музеев, оригинальные квитанции за оплату гостиничного номера, счета ресторанов, цифровые фото, изготовленные при помощи фотошопа, стандартный набор сувениров и т. п. Первоначально агентства, реализующие фальш-туры, позиционировали это как «продажу мечты», т. е. не стандартного турпакета, а эмоции – состояния душевного подъема, остающегося после совершения пусть даже выдуманного путешествия. Однако оказалось, что к такой цели стремится не более 10 % заказчиков. Чаще всего фальш-туристы либо стремятся таким образом скрыть супружескую измену, либо просто хотят произвести впечатление на окружающих. Легкость подобной имитации с использованием современных технологий подтверждается любопытными экспериментами: к примеру, одна из жительниц Амстердама в рамках выполнения студенческого проекта, с помощью которого она хотела показать, что статусы пользователей в сети Facebook и их фотографии не являются показателями реальной жизни, сумела обмануть свою семью и друзей, внушив им мысль о том, что она находится на пятидневных каникулах в Юго-Восточной Азии. При этом она всё это время находилась в Амстердаме, выкладывая фотографии и соответствующие посты в Facebook, для того чтобы создать у людей необходимую иллюзию [2].

В рамках обозначенной выше тенденции мы предлагаем ввести в научный оборот еще один термин: «имманентный туризм», понимаемый нами как экскурсии и туры «для своих» в своем городе. Понятие имманентности в этом контексте

мы используем не столько как философский термин, а, прежде всего, как прямой перевод с латинского – пребывающий внутри.

Современный город настолько плюрален, что в нем постоянно можно найти что-то новое. Горожанин сегодня сам может стать туристом в своем городе, примерить на себя оптику Гостя. Это позволяют горожанину увидеть новое в привычном и необычное в заурядном, что дает возможность вырваться за пределы привычной среды обитания, фактически не покидая ее физических границ (подобно рассматриваемому выше виртуальному туризму).

Горожанин привык воспринимать окружающую его территорию как нечто обыденное и монотонное, а его взаимодействие с городом представляет собой набор рутинных перемещений – пробки, метро, поездка на работу и обратно, магазин у дома. Это отчуждает горожанина от своего города. В современных мегаполисах преобладают унифункциональные объекты, трансфункциональная реальность города как такового все чаще исчезает. Например, улица современного города – это не более чем место для проезда: «Ей все сложнее упорствовать в собственной, несводимой к функции обеспечения трафика реальности – вырывать людей из состояния изоляции и дефицита общения, быть спонтанным театром, местом игр без четких правил и тем более интересным местом встреч и многочисленных побуждений – материальных, культурных, духовных» [1].

Чем отличаются туристы от жителей города? Они существуют в другом темпоритме, замечают гораздо больше деталей, для них все ново, интересно и необычно, поэтому турист получает впечатления и удовольствие от, казалось бы, обычных для местных жителей вещей.

В последние годы в крупных городах набирает популярность формат экскурсий-прогулок, ориентированных на местных жителей. Нельзя сказать, что это глубоко современное явление, но текущий уровень развития коммуникационных технологий приводит к их широкому распространению и популярности. Подобные мероприятия могут организовывать городские музеи (в Екатеринбурге особенно активно этим занимается Музей истории города), иные учреждения культуры (Библиотека им. Белинского, ГЦСИ «Урал» и т. д.), различные городские сообщества и общественные организации (например, АНО «Белая трость» проводила экскурсии по Екатеринбургу «в темноте», т. е. с повязкой на глазах, чтобы почувствовать себя незрячим – это позволяло приобрести абсолютно новый и очень полезный опыт для участников таких прогулок), инициативные горожане, желающие поделиться своим видением города.

Строго говоря, мероприятия подобного формата также не вписываются в классическое определение туризма, так как не подразумевают отъезда из своего города и ночевки за его пределами, однако выше уже отмечалась несостоятельность такого разделения в современных реалиях. Но даже если следовать строгим определениям, то современный турист может отправиться в настоящий тур по родному городу (и такая практика действительно имеет место): кто-то таким образом устраивает себе сравнительно недорогой отдых или проводит романтическое свидание, подобный опыт также используется travel-блогерами – достаточно снять номер в отеле своего города, предусмотреть насыщенную программу и погрузиться в атмосферу приключений и путешествий без утомительных перелетов на другой конец света. А новый взгляд на знакомое как раз и позволяет выйти за пределы обычной среды обитания, физически не покидая ее границ.

И. В. Зорин и В. А. Квартальнов пользуются понятием туристского центра как интегрального символа интереса, соединяющего в себе все мотивы индивидуума относительно рекреационных ресурсов, который воплощен в виде конкретного места отдыха туриста, включающего все его рекреационные возможности: природные, культурно-исторические, экологические, этнические, социально-

демографические, инфраструктурные. В одном крупном городе, таком, например, как Москва, есть несколько туристских центров, так как проживание в центре города, в районе Измайловского парка или на Юго-Западе – это разный комплекс рекреационных возможностей, которые нельзя перенести в любое другое место [3].

Таким образом, если в приведенном выше примере отель будет располагаться на другом конце Москвы, незнакомом «туристу» и не включенном в маршрут его повседневных перемещений, то мы получаем практически полное соответствие классическому пониманию туризма: тут имеют место и ночевка, и выезд с постоянного места жительства.

Стоит упомянуть о значимости таких экскурсий в качестве способа переосмысления горожанами своего города и роли самих себя в нем. Особенно актуально это для традиционно нетуристских (иной раз «неблагополучных») районов, которые редко привлекают иногородних гостей. Подобные мероприятия позволяют задействовать их в туристско-экскурсионной деятельности – своего рода хипстерский туризм¹ в своем же городе. Так, за последние годы в Екатеринбурге было реализовано несколько проектов подобного плана: экскурсия по Вторчермету «По местам Бориса Рыжего», «Автобус 33» – антиэкскурсия по Уралмашу от Музея истории Екатеринбурга, школа авторских маршрутов ГЦСИ, в рамках работы которой проходили экскурсии «Компрессорный поселок: путешествие в другой город», «Остров накануне: едем по однопутейке на Кубу» и т. п. Наряду с социально-культурной ролью, подобного рода проекты имеют и экономический эффект – например, могут быть полезны застройщикам и девелоперам, осуществляющим реализацию строительных проектов в «непопулярных» районах, так как позволяют «пересмотреть» карту города их потенциальным клиентам.

Прогулки-экскурсии для горожан выполняют в каком-то смысле роль мобильного «третьего места». Кристофер Лэш, рассуждая о «третьих местах» в городе, отмечает их значение как места для беседы, которая есть суть городской жизни. Без беседы город становится тем местом, где можно просто «проводить время» – работать или развлекаться, но не как то место, где следует пускать корни, растить детей, жить, умирать. Наша привычная гонка не оставляет ни времени, ни мест для хорошего разговора. А третьи места – скрещенье дорог на полпути между местом работы и семьей, между «крысиными бегами» и «материнской утробой» – это «родной дом хорошего разговора». Тут «ты можешь рассчитывать на встречу с постоянным ядром завсегдатаев, но также случайных знакомых, людей, незнакомых тебе совершенно» [4, с. 97]. На подобных экскурсиях (даже проводимых разными организациями и активистами) также нередко есть костяк более или менее постоянных участников, нередко перетекающих на другие мероприятия историко-краеведческого характера: в случае с Екатеринбургом это различные циклы лекций и встреч в городских музеях, мероприятия Дней конструктивизма и т. п. Тем самым происходит формирование сообщества неравнодушных к истории, культуре, архитектуре города людей, способных в определенных случаях влиять на решения о дальнейшем развитии города. Нередко его представители в дальнейшем сами находят себя в проведении экскурсий для жителей и гостей города.

Таким образом, анализ современных туристских практик с позиции культурологии расширяет концептуальную базу туристики, заставляет по-новому взглянуть на общепринятое понимание туристской деятельности и задуматься о вероятной необходимости корректировки классического определения туризма либо

¹ Хипстерский туризм – туризм в захолустьях, непопулярных районах, на окраинах городов, цель которого – не сделать селфи рядом с достопримечательностью, а погрузиться в окружающую среду и пережить новые эмоции.

выработке культурологией туризма собственного понятийного аппарата по туристской проблематике.

Литература

1. Ганжа А. Mobilis in mobili. Об особенностях формирования публичных пространств в городе Москве // Логос. – 2012 – № 1 (85). – С. 289–310.
2. Голландка создала иллюзию путешествия по Азии, не выезжая из Амстердама [Электронный ресурс] // Фактрум : [сайт]. – URL: <https://www.factroom.ru/facts/58142>
3. Зорин И. В. Туризм как вид деятельности / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
4. Лэш К. Восстание элит и предательство демократии / пер. с англ. Дж. Смити, К. Голубович. – М. : Логос : Прогресс, 2002. – 224 с.
5. Шамликашвили В. А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. – 2014. – Т. 8, № 10. – С. 128–138.

Lyudmila Anatol'evna Myasnikova,

Doctor in Philosophy, Professor, Professor at Tourism and Hospitality chair,
Liberal Arts University – University for Humanities (Yekaterinburg)

Olga Yurievna Golomidova,

Senior lecturer at Tourism and Hospitality chair,
Liberal Arts University – University for Humanities (Ekaterinburg)

The Role of New Forms of Tourism Practices in Clarifying the Current Understanding of Tourism

"Liquid modernity" implies a continuous transformation of the present-day culture and the phenomena generated by it. New formats of socio-cultural practices dictate the necessity to revise theoretical definitions of socio-cultural phenomena from which they originate. In particular, this concerns tourism as a special socio-cultural phenomenon and socio-cultural practice. The article discusses the new formats of tourism pushing for a reconsideration of its traditional definition.

Key words: philosophy of culture; tourism; excursion; unconventional formats of tourism; immanent tourism.