

УДК 316.444

## ТУРИЗМ КАК АГЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ: РИСКИ И ТЕНДЕНЦИИ

Анисимова С.Г., Максимов А.А., Осипов Д.И.

*ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова», Якутск, Россия (677000, Якутск, Белинского, 58), e-mail: soc.svfu@gmail.com*

---

В статье анализируются вопросы воздействия массового туризма на социокультурную среду локальных сообществ стран туристских дестинаций. Раскрываются теоретические подходы к анализу данного феномена с позиций современной социологии глобализации и туризма, обобщаются материалы различных эмпирических исследований. Отмечается амбивалентность туризма как источника новых социокультурных конфликтов, так и стимула к усилению солидарности различных общественных групп, источника возрождения, ренессанса и устойчивости локальных культур. Отмечается, что основной категорией для понимания современных обществ является категория «мобильности», когда границы государств утрачивают охранительные функции, становятся все более и более проницаемыми в процессе «переливов» капитала, технологий, продукции, человеческих ресурсов, культурных образцов и практик, независимо от их полезности и опасности для реципиентов. Подчеркивается, что интенсификация мобильности сопряжена с ростом экономических, экологических и социокультурных рисков туризма.

---

Ключевые слова: туризм, социокультурные изменения, риски туризма, культура, глобализация.

## TOURISM AS SOCIOCULTURAL CHANGES AGENT: RISKS AND TENDENCIES

Anisimova S.G., Maksimov A.A., Osipov D.I.

*North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russia (677000, Yakutsk, Belinsky street, 58), e-mail: soc.svfu@gmail.com*

---

The article analyses the impact of mass tourism on the socio-cultural environment of the local communities of the tourism destinations. Theoretical and methodological approaches to the analysis of this phenomenon from the standpoint of the contemporary sociology of globalization and tourism and various empirical field work materials are summarized in the article. It is noted that there is an ambivalence of mass tourism flows as a source of new social and cultural conflicts, and at the same time it is an incentive to strengthen the solidarity of different social groups, the source of rebirth, renaissance and sustainability of local cultures. It is noted that the basic category for understanding modern societies is the category of "mobility" when national borders lose their protective function, are becoming more and more permeable in the "overflow" of capital, technology, production, human resources, cultural patterns and practices, regardless of their utility and risk to recipients. It is emphasized that the intensification of mobility associated with the growth of economic, environmental and socio-cultural risks of tourism.

---

Keywords: Tourism, socio-cultural changes, the risks of tourism, culture, globalization.

Современное общество характеризуется возросшей степенью открытости потоков информации и мобильности людей, в связи с этим в ряду определений реальности используются такие, как «глобальное общество», «информационное общество», «общество риска». В условиях глобализации возрастает значение массового туризма как нового явления, связанного с широкими возможностями мобильности населения разных стран мира.

Опыт показывает, что туризм является важным агентом социокультурных изменений в обществах туристских дестинаций. Имея амбивалентный характер, в условиях глоболокализации мирового туристического пространства, туризм является источником социокультурных трансформаций, инноваций для локальных сообществ. С одной стороны, создаются проблемы и угрозы для местного населения и локальной культурной среды, так, в

результате исследования малочисленных коренных народов Севера были получены результаты, которые показывают, что люди, *«доходы которых в основном определяются социальными пособиями, утрачивают приверженность национальной культуре. В то же время люди, живущие на заработки в организации и доходы традиционного хозяйства, в большей мере сохраняют приверженность национальной культуре»* [1].

В качестве важного социокультурного фактора развития туризма применительно к развитию социально-экономической среды локальных территорий, развития человеческого капитала, можно отметить его вклад в сохранении культурного наследия и исторических ценностей, формировании взаимного интереса людей различных вероисповеданий, национальностей, гармонизации межэтнических и международных отношений. В данном случае, туризм выступает как форма открытого культурного обмена, заимствования образцов поведения и изменения культурных стереотипов. Это обусловлено переходом в конце двадцатого столетия большинства стран Западной Европы на постиндустриальный уровень развития, следствием чего стали не только технологические, структурные, но и ценностные изменения.

Рынок международного туризма является одним из ключевых для экономик различных стран. Туристические услуги также становятся все более и более востребованы. Сейчас это один из наиболее прибыльных и динамичных секторов мировой экономики. Во многом это обусловлено тем, что затраты на организацию туристического бизнеса сравнительно невысоки, а размер прибыли, который получают такие фирмы, остается высоким. Сфера туризма, влияя на такие ключевые сектора хозяйства, как транспорт и связь, торговлю, строительство и многое другое, является катализатором социально-экономического развития стран. Во многих странах туризм – главный источник поступлений в иностранной валюте.

Рынку международного туризма удалось сохранить относительную устойчивость за последний год, несмотря на слабый экономический рост, макроэкономическую напряженность и высокий уровень безработицы во многих странах. Туризм по-прежнему остался одной из важных отраслей, поддерживающих экономику и занятость во многих странах.

Как и в 2012 году, сфера туризма развивалась, наблюдался её рост в общем объеме мирового ВВП. Причем рост опережает отрасли производства, финансовые услуги и розничную торговлю. Более того, за счет туристической деятельности в мире в 2013 году было создано свыше 4 млн новых рабочих мест.

Для понимания и осмысления основных черт современного туризма представляется существенным отметить, что современные общества живут в условиях возрастающей открытости. Их границы утрачивают охранительные функции, становятся все более и более

проницаемыми в процессе «переливов» капитала, технологий, продукции, человеческих ресурсов, культурных образцов и практик, независимо от их полезности и опасности для реципиентов.

Одновременно быстрое развитие туризма сопряжено с ростом резко выраженных экономических, экологических и социокультурных рисков. Тем не менее до последнего времени внимание исследователей концентрировалось на наиболее очевидных экономических воздействиях и сравнительно мало обращалось на социальные и социокультурные последствия массового туризма.

В связи с этим для современной социологии исследование возрастающей открытости обществ сопряжено с новым осмыслением социально-культурной мобильности. Британский социолог Джон Урри отмечал, что категория «мобильности» должна стать центральным элементом современной социологии.

Открытость стала характерна и для социального обмена благодаря развитию новых коммуникационных технологий, Интернета, что существенным образом повлияло на организационные процессы в туристической сфере – ускорение обмена информацией, оптимизация процессов принятия решений, осуществления финансовых взаиморасчетов и проч. Новые технологии и транспортные средства позволяют достаточно быстро пересекать пространства национальных государств, их границы, неизбежно сталкиваясь с разными культурами.

По словам Дж. Урри, мир охвачен непрерывным процессом «производства» и «потребления» мест [8]. Урри утверждает, что современное понимание общества и социальной жизни базируется на различных метафорах и находит отражение в них. В основу социальной жизни положено множество разнообразных мобильностей.

Эти процессы лучше всего могут быть выражены посредством метафор, прежде всего, «метафор мобильности» и «метафор путешествия». К метафоре «кочевник» примыкают отчасти противостоящие ей метафоры «бродяга» и «турист». Метафора «бродяга» призвана снять элементы осмысленности, направленности и упорядоченности движения, присущих метафоре «кочевник».

Метафора «турист» указывает на организованное движение людей, склонных навязывать чужим местностям свои смыслы, а также свои стандарты счастья как «постоянного отпуска». Так, широкое распространение в последнее время получила метафора «кочевник». «Кочевник» призван охарактеризовать общества с элементами «детерриториализации», размывания центра, значительной подвижностью населения. Кроме того, эта метафора может быть использована для характеристики критически настроенного сознания, сопротивляющегося господствующим культурным кодам.

Он делает вывод, что рост объема движения, гигантские потоки туристов воздействуют на пространственный континуум современного общества, порождая ощущение «сжатия пространства», размывая понятия границ и дестинаций. Социолог отмечает такие характерные черты туризма последнего десятилетия, как глобальность, мобильность, потребление, производство «экономики знаков», институционализация, перформативность. Более того, он отмечает, что мобильность и перформативность становятся все более важным фактором самоидентификации человека и приобретают ценностное значение.

В западной социологической традиции важное место занимает идея коммерциализации культур в обществах туристских дестинаций (Гринвуд), а глобализация мирового туризма ведет к стандартизации одной культуры – макдональдизации и диснейлендизации (Ритцер).

Коммерциализация или коммодитизация (англ. Commoditization) культуры, по Гринвуду, означает, что ее атрибуты либо артефакты «упаковываются, оцениваются и продаются в качестве товаров». Для туриста это означает, что все «природные ресурсы» покупаются у туристской индустрии, включая право на просмотр, ознакомление с теми или иными культурными традициями [4]. Таким образом, у туриста формируется специфическое отношение к культуре как природному ресурсу или товару.

Макдональдизация – процесс, посредством которого принципы ресторана быстрого обслуживания становятся все более доминирующими над секторами американского общества, как и остального мира. К лежащим в основе этой тенденции факторам относятся, согласно Ритцеру, «эффективность», «исчисляемость» и «предсказуемость», выраженные в «возрастающем контроле и замене гуманной негуманной технологией» [3].

Последствия образования национальных транснациональных компаний могут иметь не только позитивные функции для жизнедеятельности людей. Как правило, эти последствия имеют *амбивалентный характер*, проявляются как на глобальном, так и локальном уровнях. Подобного рода инновации, как отмечает ведущий британский социолог Зигмунт Бауман, порождают новые социальные дифференциации в виде парадоксального единства туристов и бродяг: «"Верхи", – замечает он, – наслаждаются тем, что могут путешествовать по жизни куда душе угодно и выбирать пункт назначения в зависимости от того, какие удовольствия там можно получить. А «низших» временами просто «вышвыривают» из родных мест, которые они никогда не покинули бы по доброй воле... У бродяг нет других представлений о хорошей жизни: ни альтернативной утопии, ни собственной политической платформы. Они хотят одного – чтобы им разрешили стать туристами, такими, как все остальные... В непоседливом мире туризм – единственная проблема непоседливости... Мир без бродяг – это утопия общества туристов» [9].

Туристические концерны в целях увеличения прибыли разрабатывают стандартизированные и макдональдизированные продукты, что ведет, с одной стороны, к снижению цен, но также способствует тому, что турпродукт становится типичным и теряет свою уникальность. «При этом имеет место перегрузка некоторых туристических объектов и негативное воздействие на природную и социальные среды. Например, через всемирно известный Йосиметский парк в Калифорнии (США) в обычный летний день проезжает 7000 автомобилей. Такой массовый поток туристов нарушает равновесие экосистемы – фауну, флору и атмосферу, а также отрицательно влияет на туристские впечатления», – отмечает Зигмунт Бауман [2].

Эмпирические исследования показывают, что массовые турпотоки влияют на смену образа жизни, социального поведения и моральных стандартов, особенно среди подрастающего поколения [1]. Отмечается, в частности, изменение сексуальных норм в сторону более свободных отношений и увеличение количества разводов. Такая ситуация ведет к кризису института семьи, межпоколенческим конфликтам, росту и расширению девиаций, что отмечается исследователями на основе результатов в различных регионах мира [7,8].

Отрицательные инновационные последствия для локальных сообществ от роста масштабов туристической индустрии могут проявляться в создании «запретных зон» – гетто для местного населения, ограничения его доступа к природным ресурсам, деградации традиционной системы ценностей и культуры. В целях соблюдения стандартов и удовлетворения потребностей приезжих клиентов, некоторые принимающие страны вынуждены предоставлять услуги, противоречащие их культурным традициям. Размывание культурных традиций ведет к стиранию региональной специфики. Например, строительство больших сетевых гостиничных комплексов может изуродовать природную и историческую среду и создать архитектурный ландшафт, совершенно не свойственный локальному культурному контексту. Точно также и «традиционная кухня» может потерять свой уникальный колорит и уступить место макдональдизированной кухне.

Исследователь туризма Ноэль Салазар на основе социологического исследования туристических гидов на острове Ява отмечает, что они в своих ежедневных практиках (ре)конструируют и представляют «локальное» путем превращения аутентичных атрибутов племени в фольклоре. С другой стороны, эти гиды находятся в постоянной фрагментарности из-за внешних влияний – глобальной популярной культуры. Однако для глобальной аудитории гиды имеют ценность в качестве представителей локального племени, и поэтому они, в свою очередь, представляют туристам «меркантилизованную» форму локальной культуры [6].

В противовес мнению о том, что туризм подрывает традиции, существует иная точка зрения. МакКин [5] отмечает, что туризм может повысить историческое самосознание, вести к реставрации древних памятников. Основываясь на опыте практического изучения туризма на Бали, исследователь приходит к выводу о том, что туризм ведет к процессу вовлечения, посредством которого поддерживаются традиции и идентичность, а также стандарты творчества. Свэйн по результатам исследования среди панамских индейцев Куна отмечает роль туризма в поддержании традиций и, одновременно, стимулировании новаторства.

В последнее время актуализировалась проблема терроризма и политической нестабильности, что влияет на темпы развития туризма. Угроза терроризма постоянно существует. Несмотря на все упрощения, использование электронных документов, на пунктах досмотра по-прежнему длинные очереди, и досмотр занимает длительное время. Однако, несмотря на трудности, а также спад темпов роста всей экономики, туризм по-прежнему набирает обороты. По темпам роста он уже опередил прогнозы на 1 %, и это не предел. При этом наиболее интенсивное развитие туризма происходит в развивающихся странах (на 10–12 % выше по сравнению с прошлым годом). Россия, к сожалению, отстает практически по всем показателям, находясь по уровню туризма почти на одной отметке со многими африканскими странами. Причем в 2013 году наша страна опустилась с 59 места в общем рейтинге на 63. К сожалению, нерешенные проблемы в сфере внешней политики, образования, ЖКХ и т.д. отодвигают на второй план вопросы, связанные с туризмом. Хотя именно это направление приносит немалые доходы в бюджет.

Таким образом, мы приходим к выводу о различном воздействии туризма в различных регионах и ситуациях. Туризм может быть как источником новых социокультурных конфликтов, важным агентом социокультурных изменений, так и мотивом к усилению солидарности различных общественных групп, источником возрождения, ренессанса и устойчивости локальных культур.

### Список литературы

1. Анисимова С.Г., Присяжный М.Ю. Социально-экономические проблемы, девиации и форсайт северных народов (на материалах Республики Саха (Якутия)) // Вестник СВФУ. Научный журнал. – 2013. – Т. 9. – № 4. – С. 63.
2. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – М.: Изд-во «Весь мир», 2004. – С.124.
3. Ритцер Дж. Макдональдизация общества. — М.: Праксис, 2011. – 592с.

4. Greenwood D. J. Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. Hosts and guests. The anthropology of tourism. 1989. P. 171-185.
5. McKean P.F. Toward a theoretical analysis of tourism: economic dualism and culturalintroversion in Bali // Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism / ed. By V.L. Smith. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. P. 119-138.
6. Salazar Noel B. Mas alla de la globalizacion: La “globalizacion” del turismo – Una perspectiva etnografica // Politica y sociologia. 2005. 42 (1). P. 135-149.
7. Spanou Elena. The impact of tourism on the sociocultural structure of Cyprus. *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*. Volume 2, Number 1. 2007. P.142-162;
8. Donald V. Macleod. Tourism and Globalization of a Canary island. *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, Vol.5, No.3 (Sep., 1999). P. 134-135.
9. John Urry. *Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century*. London and New York: Routledge, 2000. IX, 255 p.

**Рецензенты:**

Винокурова У.А., д.соц.н., профессор ФГАОУ ВПО «Арктический государственный институт культуры и искусств», г. Якутск;

Унарова Л.Д., д.филос.н., заведующая кафедрой общегуманитарных и социально-экономических дисциплин Высшей школы музыки Республики Саха (Якутия), г. Якутск.