

## **ОСМЫСЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРАКТИК В КОНЦЕПЦИЯХ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА**

**Шпакова Валентина Геннадиевна** – аспирант кафедры социологии Института социальных наук Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

*Данная статья посвящена рассмотрению концепций социального пространства в контексте туристических практик. Автор анализирует туризм как особый феномен социального пространства, исследует феномен туристической мобильности, воспринимаемой как освоение пространства-времени, когда создается особая пространственная мобильность - «новая мобильность», где перемещения перестают быть коллективными, а становятся индивидуальными и приватными. Туризм в современном обществе помимо функции постижения культурного наследия, представляет собой важнейший инструмент трансформации социального пространства. В процессе освоения разнообразных социальных пространств и мест туристы преодолевают ограничения действующих в сообществе культурных образцов и становятся агентами трансляции, производства, распределения, освоения инновационной социокультурной информации.*

**Ключевые слова:** социальное пространство, социальная реальность, туристические практики, новая мобильность, туристическая мобильность.

*Дана стаття присвячена розгляду концепцій соціального простору в контексті туристичних практик. Автор аналізує туризм як особливе поле соціального простору, що досліджує феномен туристської мобільності, сприйманої як освоєння простору-часу, коли створюється особлива просторова мобільність - «нова мобільність», де переміщення перестают бути колективними, а стають індивідуальними і приватними. Роль туризму в сучасному суспільстві виключно важлива, крім того що це осягнення культурної спадщини, він, являє собою найважливіший інструмент трансформації соціального простору. В процесі освоєння різноманітних соціальних просторів і місць туристи долають обмеження, діють у співтоваристві культурних зразків і стають агентами трансляції, виробництва, розподілу, освоєння інноваційної соціокультурної інформації.*

**Ключові слова:** соціальний простір, соціальна реальність, туристичні практики, нова мобільність, туристична мобільність.

*This article is devoted to consideration of concepts of social space in the context of tourism practices. The author analyzes tourism as a special field of social space, explores the phenomenon of tourist mobility, seen as the development of space-time, when it creates a particular spatial mobility - «new mobility», where displacement cease to be collective, and become individual and private. The role of tourism in the modern society is very important, besides the fact that it is the perception of the cultural heritage. Tourism is also a vital tool of transformation of social space. In the process of mastering of various social spaces and places tourists overcome constraints acting in community cultural models and become agents broadcast, production, distribution, development of innovative socio-cultural information.*

**Keywords:** social space, social reality, tourism practices, new mobility, tourist mobility.

Каждое путешествие одновременно вписывается в пространство, время и в социальную структуру.

К.Леви-Стросс

Туризм является одним из доминантных феноменов современной жизни, оказавших определяющие влияние на социокультурные процессы во всех регионах мира. Туризм, являясь частью мировой культуры, выполняет интегративную социокультурную роль. Он способствует раскрытию и постижению различных сторон и характеристик культурных феноменов различных эпох и стран. Во многом это может быть объяснено пространственно-временной природой туристических практик. Люди живут во взаимодействиях друг с другом в пространстве физическом и тесно связанном с ним социальном, наделенном символическими смыслами, фиксируемыми в повседневных практиках. Туризм как индикатор социальных изменений становится ресурсным направлением. Сегодня не существует гомогенного туризма, он гетерогенен по своей природе и культурной принадлежности. Ясно, что туризм это не только смена обстановки, перемещение в пространстве,

или постижение духовных ценностей культурного наследия, основанного на эстетически-гедонистическом замысле, на детальном расчете свободного времени и свободного бюджета, но и то, что традиционные формы мобильности (такие, как туристические практики) приобретают новые черты, выступают как новый способ мобильности в современном обществе, трансформируя при этом социальную среду. Перемены в туристических практиках отражаются в системах социальной идентификации, конфигурируют идентичность, что побуждает социологию ориентировать исследования данной проблематики в социально-пространственном контексте.

**Целью** данной статьи является концептуальное осмысление пространственной подвижности как формы проявления социального пространства и как способа проявления новых форм мобильности в современном обществе.

Особое внимание обращает на себя возможность конструктивного осмысления континуума социального пространства и времени в перспективе туристической мобильности.

Одним из первых категорию «пространство» в анализе социальных феноменов использовал Г. Зиммель, полагая, что пространство способно соединять социальные явления. В его интерпретации истолкованное как символическая сущность пространство является каркасом структуры социальных взаимодействий. Метафора пространства позволяет описать всю совокупность отношений, конфигурирующих общество [2, с.143, 151, 154]. Свобода передвижения, начиная с Г. Зиммеля, трактуется как условие разнообразия социальных связей, а социальное действие изучается в понятиях статики и динамики. Пространство служит полем размещения и перемещения. Предложенные Г. Зиммелем измерения пространства, на наш взгляд, могут быть применены к туризму как форме пространственной мобильности и социальных взаимодействий. Во-первых, каждая туристическая дестинация обладает имманентной неповторимостью. Межличностные интеракции туристской деятельности происходят в особо маркированных территориях и местах. Во-вторых, принципиальную роль в туризме играют границы, преодолевая которые путешественники обретают статус зарубежного (иностранного) туриста, и сам туризм приобретает формат внутреннего, выездного, въездного, транзитного. Как отмечает Г. Зиммель, «граница – это не пространственный факт с социологическим эффектом, но социологический факт, который пространственно оформляется» (цит. по [3, с.593]).

В настоящее время происходят величайшие в истории перемещения людей через национальные границы [4, с. 137]. В отличие от времени, неуклонно устремляющегося «отсюда», пространство всегда «здесь»: это то, что можно окинуть взглядом или вообразить. Пространство представляет собой концепцию – в него «вкладывается» взгляд человека [5, с. 31]. Во-первых, туристы проявляют выраженное стремление посетить места, отдаленные от места постоянного жительства, и сложно объяснимое игнорирование расположенных поблизости уникальных мест. Во-вторых в силу массовой пространственной мобильности современных туристов качественно преобразуются как принимающие дестинации, так и места проживания туристов.

Развивая идеи Г. Зиммеля о социальном пространстве как воплощении бесконечного предмета рефлексии и формировании «чувства солидарности с частью пространства» [2, с. 125, 154], А. Филиппов рассуждает о том, что «место должно быть синтезировано в наблюдении и действии в соответствии с мотивом и практической схемой» [2, с. 147].

Идеи классиков удачно, по нашему мнению, синтезирует П. Бурдьё. Что же представляет собой само «социальное пространство»? По мнению П. Бурдьё, «социальное пространство» — абстрактное пространство, состоящее из подпространств (полей), обязанных своей структурой неравному распределению отдельных видов капитала [1, с.53–54]. П. Бурдьё выделяет различные поля: поле экономики, политики, социальное поле, поле науки, литературы и т. д. *Поле* — структурированное пространство позиций, определяющих его свойства; оно имеет собственную логику, правила и закономерности. Его функция— изменение состояния социального пространства. Так как поле представляет собой специфическую систему отношений, позиции агентов, однако те позиции которыми обладают агенты отличаются друг от друга, властью и влиянием, получаемой материальной и символической прибылью, ценой, которую надо заплатить, чтобы их занять (в совокупности данные факторы влияют на изменение социального пространства). Спонтанно ориентироваться в социальном пространстве и реагировать на события агенту позволяет *габитус* — система схем производства, восприятия и оценивания практик, подразумевающая *sense of one's place* (чувство своего места). и *sense of others' place* (чувство мест других) [1, с. 75].

Пространство имеет символические и семантические значения. Его освоение предполагает участие в его структурировании путем построения социальных взаимодействий с использованием коммуникативных, знаковых, смысловых кодов. П. Бурдьё рассматривает всю область социального пространства, объединяя оси экономических, властных, социальных и культурных измерений, подчеркивая значение культурных ресурсов,

габитусов и социальных практик в социальном структурировании. Исследуя модели потребления, различия во вкусах, стилях жизни, он демонстрирует структуру социального пространства [6, с. 42]. По его мнению, физическое пространство состоит из материальных объектов, которые можно подвергнуть процессу тактильного изучения, социальное пространство – из позиций агентов, которые его заполняют [7, с. 53].

Следовательно, туристическое пространство обладает данными закономерностями, оно конструируется по векторам места и времени. Интенсивность культурных практик туристов увеличивается на фоне расширения пространства и одновременного увеличения скорости протекания социальных процессов. Важность и ценность изучения туризма эпохи глобализации проявляются во взаимообусловленности времени, пространства и разных форм мобильности, что в совокупности способствует структурированию жизненного пути и выбору стратегии развития личности.

Пространственная мобильность является основополагающим принципом туризма, равно как и возвращение человека в исходную точку – свой дом, поскольку «обычный туризм» основан на четком разделении «дома» и «не дома» [7, с. 136]. Р. Парк рассматривал передвижения в пространстве как основу природно-социального процесса, в котором физическое пространство (а не только его смыслы, которые ему предоставляют субъекты) и социальные отношения взаимообусловлены. Соотношение личной свободы субъекта со свободой передвижения как определяющей её формой и условием следующих за ней других форм свободы-экономической, политической и духовной - было сформулировано Парком и стало основой его экологии. Он высказал идею того, что фундаментальной свободой, необходимой для существования любой формы жизни - является свобода передвижения, которая позволяет субъекту осваивать и видеть мир; во-вторых, - это свобода конкуренции за место в экономике; и в-третьих, - свобода конкуренции, место и статус в социальной иерархии и, свобода самовыражения, где основным её ограничением являются традиции и нормы морали. Следовательно, в основе свободного проявления субъекта является его освобождение от местных, локальных традиций, что приведет в конечном итоге к формированию нового типа свободного субъекта-«человека мобильного» [15, с. 74]. Р. Парк первым предложил классификацию способов свободы, связанных со свободой передвижения. Собственно человеческий разум он определил среди других как устройство, которое определяет направление движения человека в пространстве, - то есть в своем воображении и рефлексии человек способен определить то место, куда он движется, определить свое будущее расположение, - которое является основным предназначением рефлексии. Свободный субъект - тот, кто способен перемещаться в пространстве в те места, которые он сам выбирает. Свобода перемещения творит экологический порядок, который формируется в результате конкуренции за пространство, где рождается элементарное понятие человеческой свободы. Человек – это, прежде всего тело в пространстве которое вынуждено соотносится с другими телами, взаимодействовать с ними. Это и есть, по мнению Парка, природное, досоциальное, основание общества: пространство включено в социальные отношения еще до осмысления людьми этого факта, до когнитивных представлений и метафор пространства в социальной жизни [16, с. 154].

Дж. Урри дифференцировал виды туристических практик на пространственные (типы путешествий и их мобильности), временные (продолжающиеся во времени и перспективные, ретроспективные измерения), институциональные (частично совпадающие с другими). Особо акцентировано усложняющееся содержание мобильностей: люди путешествуют дальше и быстрее, при этом не более часто и не проводя фактически больше времени в дороге [9, с. 4]. Кроме того, необходимо, по его мнению, изучать не только «мобильность» собственно социальных акторов, но и «движущиеся места». «Места путешествуют, медленно или быстро, на более длинные или короткие расстояния внутри человеческих или нечеловеческих сетей» [10].

Сравнивая традиционные и современные «мобильности», Дж. Урри отмечает, что если раньше «мобильность» предполагала культурные ритмы, устоявшиеся биосоциальные практики, если прежде были конкретные пути, дороги, тенденции социокультурной динамики вообще, теперь качественная сложность мобильностей проявляется в том, что они происходят вне территориально фиксированных обществ и культур, вне конкретного времени и пространства. Дж. Урри в своей «новой парадигме» выделяет пять взаимозависимых «мобильностей», организующих социальную жизнь на расстоянии и формируют (и реформируют) ее контуры, и эти мобильности таковы: телесные перемещения людей ради работы, досуга, семейной жизни, удовольствий, миграции или бегства, по-разному организованные по отношению к контрастным пространственно-временным модальностям (от ежедневных поездок на работу до единственного в жизни изгнания с родины), физические перемещения объектов между производителями, потребителями и продавцами; равно как посылки и получения подарков и сувениров; воображаемые перемещения при помощи образов мест и людей, осуществляемые через различные печатные или визуальные носители информации;

виртуальные путешествия, часто в реальном времени, преодолевающие географические и социальные расстояния; коммуникационные путешествия посредством обмена СМС, текстами, письмами и телеграммами, через факс, телефон или мобильный телефон. Эти различные мобильности постоянно поддерживают социальные связи на различных расстояниях. Она концентрируется на взаимосвязях между этими пятью видами мобильности, равно как и на дискурсах, которые отдают предпочтение одной или другой среди них (таких, например, как вера в то, что бизнес следует делать только «лицом-к-лицу»). Ниточки слабых связей и дальних знакомств, основанных на периодических телесных перемещениях, соединяют людей с внешним миром, обеспечивая еще один мост, в дополнение к тесно переплетенным «клубкам» близких друзей и семьи. Эти экстенсивные слабые связи творят социальные сети, которые поддерживаются через периодические встречи и коммуникации. Подобные сети все больше распространяются по миру и, следовательно, в своем воспроизводстве все сильнее зависят от множественных мобильностей [17].

З. Бауман отмечает, что формы движения в путешествии многообразны, «пространственные формы работают по-разному, делают возможными разные отношения и способы бытия. Пространство множественно: дороги, карты, двери, мосты продуцируют разные пространства и практики осмотра, исследования, открытия. Разные формы и практики продуцируют пространство по-своему» [8, с. 48]. З. Бауман «текущую современность» связывает с подвижностью и непостоянством, проводя аналогию с практикой туриста: «Чем легче груз в путешествии, тем быстрее мы движемся» [8, с. 40]. Характерной особенностью многозначной современности являются изменяющиеся отношения между пространством и временем, которые можно фиксировать и отразить с помощью туризма [8, с. 8, 15].

Таким образом, социологические концепции Г. Зиммеля, П. Бурдьё, З. Баумана, Дж. Урри представляются весьма продуктивными для исследования пространства в контексте социальных изменений культурных практик современного туризма. Пространственные перемещения выступают как инструмент трансформации социального пространства, а также способствуют расширению субъектом жизненных горизонтов своего мира.

К. Пшеславский, классик польской социологии туризма, предлагает широкую дефиницию туризма как единства явлений пространственной подвижности, связанной с добровольной временной переменной места пребывания, ритма и среды обитания, а также с вхождением в личный контакт с посещаемой средой. Он считал туризм составной частью процесса пространственной подвижности человека, подвижности «горизонтальной» в противовес подвижности «вертикальной». Передвигаясь в пространстве, субъект одновременно «передвигается во времени», находясь в исторических местах, созерцая достопримечательности и знакомясь с легендами, вошедшими в сокровищницу мировой культуры, турист «погружается» в глубины веков и тысячелетий. Путешествие локализовано во времени, оно является прорывом повседневности субъекта, изменение картины обыденности [18, с. 135].

Следствием подобных пространственных перемещений является личное заверение истинности наличия пространственных объектов и осознание себя как свидетеля реальности существования данных объектов. Проявлениями подобного поведения является стремление субъектов-путешественников оставить после себя свидетельства того, что они были в том или ином месте, а также желание сфотографироваться на фоне достопримечательности того или иного места. Фотоаппарат для путешественников является инструментом фиксации и трансляции запечатленных образов на различные временные и пространственные отрезки. Практики фотографирования сопровождают пространственные перемещения субъектов-путешественников. В процессе странствующих практик представлены значимые для субъекта социокультурные ценности как компонент конструированной идентичности. С. Зонтаг отметила, что «собрать фотографии то же самое, что коллекционировать мир. Фотография - это экспансия, символический захват пространства и времени» [12, с. 3]. Фотографирование позволяет путешественнику реализовать потребность запечатлеть себя в обозримом пространстве, тем самым включиться в него, ведь фотография выступает средством присвоения особенной реальности, сконструированной вокруг той или иной достопримечательности. Дж. Урри исследует фотографии как социально обусловленный способ туристического потребления, ведь «краеугольный камень - туризма желание присутствовать где-нибудь» [13, с. 140, 142]. Фотографии создают у их владельца иллюзию обретения, помогая субъекту освоить огромное мировое пространство. «Путешествующая» фотография играет важную социальную роль: путешественник познаёт пространство исключительно визуально, путем реализации практики фотографирования [14, с. 9].

Э. Холл в своём исследовании «Скрытое пространство» изучал культурный феномен пространства, включая невидимые территориальные границы, личностный простор и мультисенсорное восприятие пространства (визуальное, тактильное, чувственное восприятие как органов ощущения пространства).

Глобальная составляющая современной туристической активности проявляется в том, что перемещения перестают быть коллективными, доминирует никак не миграция народов. Перемещения в пространстве индивидуализируются, освобождается от групповых императивов, оно интенсифицируется и глобализируется. Всё это проявляется в совокупности индивидуальных биографических проектов людей путешествующих, которые стремятся к индивидуальному планированию и воплощению своих намерений посредством осмысления личного опыта, принимая во внимание мнения родных и близких, советы сотрудников турфирм, данные Интернета, СМИ. Туризм развивается в условиях разнообразных мобильностей, структурирующих и управляющих социальными и культурными индивидуальными и коллективными «практиками». Современный турист пребывает в пространстве бесконечного множества образов, текстов, символов, знаков, требующих как личного осмысления, так и внешних интерпретаций. Важным для туриста является не только увидеть, но и принять участие в той или иной социальной «практике», соприсутствовать и соучаствовать в событиях и действиях наряду с другими.

Таким образом, мы приходим к выводам, что туризм, представляя собой наиболее массовые социальные практики мобильности, являются содержательно релевантными телесному пространственному перемещению. Туризм как феномен современного мира является социально обусловленной системой взаимодействия человека (социальной группы, социума) с миром, предполагающей наличие особых побуждающих механизмов — ценностей, целей, аттитюдов, социальных потребностей и мотивов, интересов и настроений, специфическую пространственную мобильность и коммуникацию, а также социокультурные стандарты - обобщенные принципы, оценки социальных действий и целей поведения субъектов. Туризм разворачивается в контексте досуговой культуры и выступает как социокультурная константа общественного развития, воплощающая гедонистические, когнитивные, коммуникативные, рекреационные, статусные (престижно-имиджевые), экзистенциальные социальные ценности.

#### **Литература:**

1. Бурдьё П. Социология социального пространства / Пьер Бурдьё // Пер. с франц.; отв. ред. Перевод Н. А. Шматко. М.; СПб., 2007. <http://bourdieu.name/content/burde-sociologija-socialnogo-prostranstva>
2. Филиппов А.Ф. Социология пространства / Александр Фридрихович Филиппов // СПб.: Институт экспериментальной социологии, 2008. <http://socioline.ru/book/filippov-f-sotsiologiya-prostranstva>
3. Филиппов А.Ф. Обоснование теоретической социологии: Введение в концепцию Георга Зиммеля / Александр Фридрихович Филиппов // Зиммель Г. Избранное: В 2 т. Т. 2: Созерцание жизни. М.: Юрист, 1997.
4. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Джон Урри // Массовая культура: современные западные исследования: сборник. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005.
5. Чернявская Ю.В. Тоска по пространству / Ю.В. Чернявская // Человек. №7, 2006.
6. Бурдьё П. Оппозиции современной социологии / Пьер Бурдьё // Социологические исследования № 5, 1996.
7. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Джон Урри // Массовая культура: современные западные исследования: сборник. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005.
8. Бауман З. Текущая современность / Зигмунд Бауман. СПб.: Питер, 2008.
9. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Джон Урри // Массовая культура: современные западные исследования. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005.
10. Urry J. *Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century* / J. Urry. - London; N-Y.: Routledge, 2000.
11. Эмерсон Р. Нравственная философия / Эмерсон Ральф // Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2001 [http://www.koob.ru/emerson/nravstvennaya\\_filosofiya](http://www.koob.ru/emerson/nravstvennaya_filosofiya).
12. Sontag S. *On photography* / S. Sontag. - New York. Da Capo Press, 1977.
13. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Джон Урри // Массовая культура: современные западные исследования. - М. Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – с.136-150.
14. Urry J. *Mobility and proximity* / J. Urry // *Sociology*. London: Sage, 2002.
15. Парк Р. Экология человека. Теория общества: Фундаментальные проблемы / Роберт Парк – М.: 1999. – с.69-84
16. Парк Р. Социология, сообщество и общество (фрагменты) / Роберт Парк // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: РЖ / РАН. ИНИОН. – М., 2000. - №3. – с.150-161.
17. Urry J. *Mobilities*. / J. Urry. - Cambridge: Polity Press, 2007. P. 44-62.
18. Злобіна О., Мартинюк І. Соціальний простір життя як суб'єктивна символічна реальність / О. Злобіна, І. Мартинюк // Інститут соціології національної академії наук.-К., 2004.-299 с.