

УДК 316.1.

## ТУРИЗМ КАК СОЦИОЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

*А. В. Варламова*

## TOURISM AS A SOCIOECONOMIC PHENOMENON

*A. V. Varlamova*

Сегодня туризм выступает как сложное социоэкономическое явление современного общества, в связи с этим в научном сообществе генерируется многообразие дефиниций данного понятия. В данной статье представлен авторский подход к анализу современных дефиниций туризма. Автор выделяет шесть групп дефиниций, раскрывающих сущность данного явления в современном обществе (экономико-управленческий, нормативно-правовой, рекреационно-досуговый, географический, культурологический (социально-антропологический), системный). Особое внимание уделяется социологическому анализу туризма, раскрывающего его социальную сущность, и становлению и развитию российской школы социологии туризма.

Today, tourism acts as a complex socio-economic phenomenon of modern society, in this regard, the scientific community has generated a variety of definitions of this concept. The paper presents the author's approach to the analysis of modern definitions of tourism. The author distinguishes six groups of definitions that reveal the essence of this phenomenon in the modern society (economic and managerial, legal, recreation and leisure, geographical, cultural (socio-anthropological), systematic). Special attention is paid to the sociological analysis of tourism, revealing its social nature and the establishment and development of the Russian school of sociology of tourism.

**Ключевые слова:** дефиниции, туризм, турист, социология туризма.

**Keywords:** definition, tourism, sociology of tourism.

Впервые слово «туризм» появилось в английском языке около 1800 года, затем во французском – в 1816 г., в немецком – 1830 г. В нашей стране оно впервые было зафиксировано в «Словаре иностранных слов», изданном в 1937 г. И первоначально туризм не являлся объектом изучения научных школ, и его интерпретация была несколько иной, чем сегодня. Под туризмом было принято понимать дешевые групповые поездки, а к туристам относились с некоторым презрением. И только на последних этапах истории становления и развития туризма, в связи с увеличением туристского потока и его влияния на общество и экономику государства, интерпретация данного понятия изменилась.

Сегодня туризм выступает как сложное многогранное понятие. Как отмечает российский исследователь И. Н. Кабушкин, в современном обществе туризм невозможно рассматривать исключительно как экономическую или иную категорию, поскольку данное понятие гораздо шире и представляет собой совокупность отношений и единство связей и явлений, сопровождающих индивида в путешествиях [9, с. 10].

В связи с вышесказанным в научном сообществе генерируется многообразие дефиниций, которые исследователи разделяют на несколько групп. Так, А. П. Дурович, выделяет следующие группы дефиниций туризма: определения, характеризующие туризм как одну из разновидностей рекреации, систему и форму проведения свободного времени индивидов;

– как одну из форм миграции населения; как социально-экономическое явление, раскрывающее его внутреннее содержание и выражающееся в единстве многообразия свойств и отношений [7, с. 5].

В связи с увеличением исследовательского интереса к туризму как предмету исследования в контексте разных научных школ и направлений, а также акцентируя внимание на социально-гуманитарной сущности

туризма, нами были выделены шесть исследовательских групп, раскрывающих его социоэкономическую сущность в современном обществе.

В связи с этим первая выделенная группа дефиниций сформировалась под воздействием исследований, характеризующих туризм как экономико-управленческую категорию и объединяющую исследования по экономике и менеджменту (В. И. Азар, О. И. Вапнярская, В. Г. Гуляев, Н. И. Кабушкин, К. Купер, В. А. Квартальнов, Н. А. Платонова, А. А. Федупин, Г. А. Яковлев и др.). Как отмечают исследователи данной группы, туризм был порожден формированием и развитием экономических отношений между странами. В связи с этим и сегодня туризм также рассматривается как одна из наиболее доходных и развивающихся отраслей экономики на долю которой приходится 10 % мирового валового национального продукта, 11 % международных инвестиций. Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития нашей страны на период до 2020 г. на туризм как на отрасль национальной экономики возлагаются также большие надежды. Согласно данной Концепции туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития Российской Федерации, а в долгосрочной перспективе, как экономически выгодная и экологически безопасная отрасль экономики [5, с. 68].

В контексте данной группы следует выделить и определение, предложенное американским профессором К. Купером, согласно которому, туризм – это мощное экономическое средство, которое может быть использовано слаборазвитыми странами для создания притока валюты, необходимой для успешной конкурентной борьбы на международном уровне [26]. Сходное определение, но в ключе сложной экономической системы, предлагает первый вице-президент Международной Туристской Академии В. И. Азар, который интерпретирует туризм как большую экономическую

систему с разнообразными связями между отдельными элементами в ключе как народного хозяйства отдельного государства, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом [1, с. 112].

Таким образом, исследователи данной группы интерпретируют выделенные дефиниции туризма как исключительно экономико-управленческую категорию и о социальной значимости чаще всего умалчивают.

В связи с тем, что понятие «туризм» регламентируется и в нормативно-правовых документах, вторая, выделенная группа дефиниций, представляет собой определения, закрепленные в международном и российском законодательстве (федеральный уровень). Большое значение в нормативно-правовом регулировании туризма отводится Всемирной туристской организации (ЮНВТО), функционирующей в системе ООН, которая трактует туризм как путешествие людей, остающихся в местах вне обычного проживания на период до одного года с целью проведения досуга, бизнеса или с другими целями, не имеющими следствием получения доходов. Следует отметить, что в данном определении отсутствует экономическая сущность туризма, что можно выделить как некий недостаток данной дефиниции.

В нашей стране основным нормативно-правовым документов, регламентирующим туризм является ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Согласно данному закону туризм – это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания [20]. Однако данное определение не отражает целостного характера туризма и не выделяет его экономической и социальной сущности.

Обобщая вышесказанное по данной группе дефиниций, отметим, что выделенные дефиниции интерпретируют туризм в ключе пространственно-временных аспектов и объединяют в себя классические нормативно-правовые определения данного понятия.

Третья группа дефиниций рассматривает туризм как разновидность рекреационно-досуговой деятельности индивидов, направленной на сохранение целостности личности и реализацию его внутреннего потенциала. Как отмечается в Гагской декларации сегодня из многих возможных форм проведения свободного времени, ни одна, за исключением телевидения и интернета не стала столь значимой и востребованной как туризм [13, с. 205]. К тому же по данным социологических исследований сегодня более 30 % россиян среди досуговых практик выделяют туризм как активную форму его проведения [18, с. 23]. В данном ключе основное содержание туризма определяется как желание смены обстановки и физиологического и психологического (духовного) оздоровления.

Манильская декларация по мировому туризму трактует его как один из видов активного отдыха, представляющего собой путешествия, которые совершаются с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемый в ряде стран с элементами спорта. Гагская декларация по туризму уточняет и

дополняет данное определение и рассматривает туризм как всевозможные формы свободные перемещения индивидов, социальных групп от места их постоянного проживания и работы, а также как сферу услуг, созданную для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений. При этом для данных дефиниций характерна узкоспециальная интерпретационная направленность, затрагивающая только отдельные аспекты туризма.

Четвертая группа дефиниций интерпретирует туризм в контексте географического знания. География до сих пор остается доминирующей наукой в исследованиях сферы туризма. Зарождению данного подхода способствовала разработка, так называемой, базисной модели рекреационной системы коллективом Института географии Академии наук под руководством В. С. Преображенского [14, с. 85]. Этот период характеризуется неким научным «бумом» исследований по данной проблематике. В раскрытии туристского феномена географический подход базируется на таких ключевых элементах как рекреационная система и природно-ландшафтная среда локации отдыха индивида. Спецификой определения туризма с географических позиций является то, что здесь ключевую роль играет локационный территориальный аспект, раскрывающий туризм как совокупность физических объектов окружающей среды. При этом именно в данной группе туризм предстает в своем первоначальном виде, поскольку без наличия географической среды с ее индивидуальными для конкретных регионов объектами показа не представляется возможной и сама туристическая деятельность.

Пятая, культурологическая (социально-антропологическая), группа включает определения, позволяющие дать своевременную и всестороннюю оценку процесса расширения туристской деятельности, т. е. воздействия на социальную и культурную сферу, экологию, внешнеэкономическую деятельность, международные отношения. В контексте данной группы дефиниций туризм выступает и современным культурным индикатором изменений, происходящих в обществе. О. В. Лысикова, отмечает, что, путешествуя, турист знакомится с новыми дестинациями, у него возникают новые ощущения, что способствует качественным его мировоззренческим изменениям, что проявляется в его последующем состоянии – посттуриста. Проявляясь в экзистенциальном измерении туризм, способствует и решению возникающих антропологических проблем туриста. Как отмечает исследователь, можно обозначить несколько уровней реализации метафизических задач. Так, например, на географических и духовных пространствах туризма происходит поиск «...себя, поиск Иного, поиск Другого...» [12, с. 98 – 99]. Таким образом, туризм – это некая попытка современного туриста, путешественника выступить из своей замкнутости в открытость, навстречу новому и неизвестному.

В ключе антропологической школы исследовательский интерес к туризму, как к предмету изучения, зародился в конце XX столетия и определялся как разнообразная комбинация экономического развития индивидуальных трансформаций познавательного и эмоционального плана, коллективных репрезентаций и политики. Одно из первых исследований по данной проблематике было проведено Д. Нэшом, который

сформулировал туризм как систему производства и потребления, культурно опосредованную отношениями между досугом и классом [30]. Значимое место в контексте данной школы уделяется и туристу, который рассматривается как думающий, чувствующий и символически выражающий комплексные представления о социальных и культурных связях.

Последнюю выделенную группу представляют дефиниции, раскрывающие туризм в контексте «системного» подхода, как совокупности множества элементов (подсистем), находящихся в отношениях и связях между собой и образующих единство.

Одно из первых концептуальных определений туризма в контексте данной группы разработали ученые Бернского университета (Швейцария) В. Хунцикером и К. Крапфом, которые интерпретировали туризм как совокупность отношений и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и работы. Российский исследовательский коллектив во главе с Н. И. Кабушкиным рассматривают туризм как открытую систему, взаимодействующую и функционирующую в определенной среде и представленную политическими, экономическими, социальными, технологическими и экологическими факторами [9, с. 16]. В. С. Новиков трактует туризм как организованную и интегрированную систему, состоящую из отдельных взаимосвязанных подсистем, среди которых наиболее важными, по мнению исследователя, являются экономическая и социальная, которые находятся в единстве и определяют туризм как социально-экономическую категорию [15, с. 7.].

А. Ю. Александрова, интерпретируя туризм как систему, рассматривает ее в отличие от ранее приведенных определений, как сложное явление современного общества, разновидность миграции населения, бизнеса, сектора мирового хозяйства и национальной экономики, сферы межкультурного взаимодействия. При этом, как справедливо отвечает автор, представленный перечень не исчерпывает всего разнообразия трактовок туризма, тем сам также подчеркивает многогранность данной дефиниции [2, с. 10].

Таким образом, как показал проведенный анализ, туризм чаще всего рассматривается как исключительно экономическая категория и о его социальной сущности, как правило, умалчивается. В связи с этим особый исследовательский интерес приобретает анализ туризма как социального явления в контексте социологического подхода.

Российская школа социологии туризма как частной социологической теории зародилась в нашей стране в 90-е гг. XX столетия. Однако и по настоящее время, она находится все еще на этапе становления, в связи с этим не разработан и единый подход в интерпретации данного социального явления.

Среди отечественных исследователей, которые внесли значительный вклад в становление и развитие российской школы социологии туризма следует отметить работы Т. Н. Ананьевой, Т. П. Ивановой,

А. П. Осауленко, М. С. Отнюковой, Н. Е. Покровского, Т. И. Черняевой.

Гетерогенность современного туризма, его социологическая концептуализация как сферы потребления, рекреации, предпринимательства и властных решений подчеркивается в работах Н. Е. Покровского, Т. И. Черняевой [17]. В работах Т. Н. Ананьевой особое внимание уделяется туристскому образованию, становлению и зарождению туризма в информационном обществе [25, с. 110].

Как социальный институт туризм впервые обосновывается в исследованиях А. П. Осауленко, интерпретирующего его как специфическое социальное образование, имеющее устойчивые типы и формы деятельности, социально-ценностное ядро, внутреннюю структуру и систему взаимодействий своих элементов, многообразие и динамичность социальных функций в обществе, что позволяет ему занимать самостоятельное место в социальной системе, обеспечивая устойчивость целой области социальных связей и отношений [16, с. 33]. В условиях трансформации современного российского общества туризм как социальный институт анализируется в исследованиях Т. П. Ивановой, которая интерпретирует его как устойчивую, но постоянно реконструирующуюся в темпорально-пространственном континууме форму социальных отношений и социальных взаимодействий [8]. Как потребительская практика, туризм анализируется в исследованиях Т. И. Черняевой, М. С. Отнюковой [22, с. 69].

Таким образом, на основе проведенного анализа можно выделить следующие базовые элементы, характеризующие современный туризм: социальное пространство и время; туристское пространство (как предполагал Д. МакКенел, это комплекс туристских достопримечательностей – «кривых зеркал», которые отражают внешнее содержание, но не являются подлинными достопримечательностями [17]); мобильность как пространственное перемещение туристов с целью поиска новых туристских и рекреационных практик; насаждение театрализованной подлинностью и зрелищностью туризма (для большинства туристов – это выступает как самоцель); специфика потребительского поведения туристов.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что многогранная сущность туризма как социоэкономического явления современного общества требует для своего раскрытия использования нескольких подходов, а именно экономико-управленческого, нормативно-правового, рекреационно-досугового, географического, культурологического (социально-антропологического), системного. При этом социальная сущность туризма наиболее полно раскрывается в контексте социологического подхода, в ключе которого туризм нами определяется как особые структуры, очерченные пространственными и временными рамками мобильных потребительских практик индивидов, социальных групп и общностей, направленных на формирование новой, изолированной от повседневности, временной действительности.

#### Литература

1. Азар В. И., Туманов С. Ю. Экономика туристского рынка. М., 1998. 274 с.
2. Александрова А. Ю. Туризм и культурное наследие // Межвузовский сборник научных трудов / под редакцией: Д. Е. Луконина, Т. В. Черевичко. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2006. С. 10 – 18.

3. Ананьева Т. Н., Новикова Н. Г., Исаев Г. Н. Информационное обеспечение туризма: креативное управление: монография. М.: КНОРУС, 2015. 198 с.
4. Вапнярская О. И., Платонова Н. А., Федюлин А. А. Разработка рейтинга регионов Российской Федерации по уровню развития туризма // Региональная экономика: теория и практика. 2012. 41(272). С. 98 – 115.
5. Варламова А. В. Туризм как индикатор качества жизни населения: социологический анализ // «Сервис plus», 2015. № 1. Т. 8. С. 68 – 76.
6. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003. 302 с.
7. Дурович А. П., Кабушкин Н. И., Сергеева Т. М. Организация туризма / под ред. Н. И. Кабушкина. Мн.: Новое знание, 2003. 632 с.
8. Иванова Т. П. Анализ феномена потребления в условиях трансформации социального института туризма в России // Теория и практика общественного развития. 2010. № 4. Режим доступа: <http://www.teoria-practica.ru/-4-2010> (дата обращения: 05.02.2014).
9. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. Мн.: БГЭУ, 1999. 644 с.
10. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика. Избранные труды. М.: Финансы и статистика, 1998. 192 с.
11. Купер К., Флетчер Д., Гильберт Д. Экономика туризма: теория и практика: учеб. пособие. СПб.: Омега, 1998. 234 с.
12. Лысикова О. В. Устойчивость развития туризма в условиях глобальной нестабильности // Социальная политика и социология, 2009. № 1. С. 98 – 111.
13. Международный туризм: правовые акты / сост. Н. И. Волошин. М.: Финансы и статистика, 2000. 205 с.
14. Морозов В. А. Социально-экономические аспекты формирования туристской индустрии // Вестник Московского университета. (Серия 6: Экономика). 2004. № 6. С. 85 – 96.
15. Новиков В. С. Менеджмент в туризме. М., 2006. 208 с.
16. Осауленко А. П. Туризм: социально-институциональные основы развития. Владивосток: ДВО РАН, 2002. 112 с.
17. Покровский Н. Е., Черняева Т. И. Туризм: от социальной теории к практике управления. М., 2008. 424 с.
18. Понукалина О. В. Трансформация сферы досуга российского общества: социологический анализ. Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2008. 104 с.
19. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования: сб. ст. М.: Прагматика культуры, 2005. С. 136 – 150.
20. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012 г.) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
21. Черняева Т. И. Глобализация, туризм и профессиональное образование // Социальная политика и социология. 2004. № 2. С. 47 – 57.
22. Черняева Т. И. Туризм как потребление: тренды виртуализации и конструирование туристического ландшафта // Философские науки. 2007. № 7. С. 67 – 82.
23. Щеглова С. Е. Динамика и тенденции развития туризма и России // Социальная политика и социология. 2004. № 2. С. 175 – 186.
24. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма. М.: РДЛ, 2006. 367 с.
25. Якунин В. Н. Виды туризма: историография проблемы // Запад-Россия-Восток. 2014. № 8. С. 499 – 517.
26. Ananyeva T. Particular educational training programs for the tourism industry // Proceedings of the 2012 Conference "Professional Education in the Sphere of Tourism as a Condition for Improving the Quality of Services for Hotels", 2012. P. 109 – 121.
27. Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: principles and practice. London: Pitman, 1993.
28. MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. N.-Y.: Schocken. 1988. 184 p.
29. McCabe S. Discussion // Proceedings of the Symposium on Theoretical Innovations in Tourism Studies, Wageningen 9 – 10 June 2005. Research committee on International Tourism. International Sociological Association. Wageningen, 2006.
30. Nash D. Anthropology of Tourism. Oxford: Elsevier, 1996.

#### Информация об авторе:

**Варламова Анна Викторовна** – аспирант кафедры философии и социально-гуманитарного знания Российского государственного университета туризма и сервиса, [anna-varlam@list.ru](mailto:anna-varlam@list.ru).

**Anna V. Varlamova** – post-graduate student at the Department of Philosophy, Social Sciences and the Humanities, Russian State University of Tourism and Service.

**(Научный руководитель: Ананьева Татьяна Николаевна** – доктор социологических наук, профессор, проректор Российского государственного университета туризма и сервиса, [mosumo@mail.ru](mailto:mosumo@mail.ru).

**Research advisor: Tatiana N. Ananyeva** – Doctor of Social Sciences, Professor, Vice-Rector at Russian State University of Tourism and Service).

*Статья поступила в редколлегию 04.06.2015 г.*