

Уксуменко А. А., Маркова И. С.
ТУРИЗМ КАК СПОСОБ СОЦИАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ

Уксуменко А. А., Маркова И. С.
A.A.Uksumenko, I.S.Markova

ТУРИЗМ КАК СПОСОБ СОЦИАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ

TOURISM AS A WAY OF SOCIAL DIFFERENTIATION



Уксуменко Алена Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансы и кредит Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Ленина, д. 27; 8-4217-20-11-13. E-mail: kef@knastu.ru.

Ms. Alyona A. Uksumenko – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Commerce and Marketing, Komsomolsk-on-Amur State Technical University (Russia, Komsomolsk-on-Amur), 681013, Komsomolsk-on-Amur, 27 Lenin St.; 8-4217-20-11-13. E-mail: kef@knastu.ru.



Маркова Инна Сергеевна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга и коммерции Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Ленина, д. 27; 8-4217-20-11-12. E-mail: nok@knastu.ru.

Ms. Inna S. Markova – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Commerce and Marketing, Komsomolsk-on-Amur State Technical University (Russia, Komsomolsk-on-Amur), 681013, Komsomolsk-on-Amur, 27 Lenin St., 8-4217-20-11-12. E-mail: kef@knastu.ru.

Аннотация. Путешествия являются одним из наиболее доступных способов социальной дифференциации. В статье рассмотрен туризм как показатель социального статуса.

Summary. Travel is one of the most affordable ways of social differentiation. The article deals with tourism as an indicator of social status.

Ключевые слова: туризм, путешествия, социальный статус.

Key words: tourism, traveling, social status.

УДК 338.48

В 1960-е гг. социальный статус во всем мире был связан в первую очередь с профессиональными занятиями. В СССР на фоне одинаково низких зарплат у рабочих и инженеров и одинакового уровня потребления высшее образование было чуть ли единственной формой определяющей социальный статус. Начиная с 1970-х гг., по мере того, как индустриальные общества Запада сменялись постиндустриальными, работа как основной социальный признак стала уступать место досугу. На смену «профессии» как определяющей характеристике социального статуса пришло понятие «жизненный стиль», объединяющее тип труда, досуга, семейного положения, места жительства и уровня потребления. Работа свелась лишь к средству получения доходов, а большинство жизненных ценностей оказались сосредоточенными вне ее – в кругу семьи, в сфере досуга (хобби, занятия спортом, организация отпуска).

Известный исследователь туризма американский социолог Дин Макканел считает туризм важным компонентом социального статуса [1]. Не менее ярка характеристика ту-



ризма, данная Д. Урри. «Центральной характеристикой массового туризма в современном обществе является то, что большинство населения в последние годы путешествует куда-либо, просто чтобы посмотреть на другие места, то есть по причинам, не связанным с работой, – пишет британский социолог Джон Урри в книге "Взгляд туриста: отдых и путешествия в современных обществах". – Путешествия сегодня занимают много свободного времени. Если люди не путешествуют, они теряют статус: путешествия стали признаками статуса. Важнейшим элементом современной жизни стало убеждение, что путешествия и отпуска необходимы» [2, 5]. Поскольку ценности этого сравнения имеют тенденцию становиться ценностями всего общества, проведение отпуска вдали от дома уже является не просто одним из возможных видов отдыха, а социальной нормой, обязательной к исполнению. В соответствии с западной трудовой этикой, работа совершается вынужденно, для добывания «хлеба насущного», и преимущественно дома. Путешествия же совершаются добровольно, в свободное от работы время, для «удовольствия» [3].

Современный туризм представляет собой сложный ритуал со своим разработанным сценарием. Если американец отправляется в Европу, он должен увидеть Париж. В Париже он просто обязан осмотреть Собор Парижской Богоматери, Эйфелеву башню и Лувр.

Подобная обязательность распространяется не только на приятный, но и на «отрицательный» туристический опыт. Если житель Среднего Запада приезжает на Манхэттен и ему не удастся стать свидетелем какого-либо происшествия, подтверждающего славу Нью-Йорка как криминальной столицы США, он уезжает разочарованным. Он точно так же расстраивается, когда выясняет, что продемонстрированные ему в качестве «диких» индейцы Южной Америки в свободное от работы время ходят в европейской одежде и смотрят по спутниковому телевидению новости CNN.

Однако, несмотря на частые разочарования, постоянные подозрения в том, что его обманывают, несмотря на расходы, бытовые неудобства и реальные опасности, нынешний турист, как и его древний предшественник, продолжает стремиться к неизведанным красотам природы и культуры. Что же делает туристический опыт столь привлекательным?

Дин Макканел утверждает, что сам акт осмотра достопримечательностей вовлекает человека в круг привычных социальных представлений и тем самым помогает ему сконструировать целостную картину мира из доступных ему обрывочных впечатлений. Таким образом, его собственная жизнь и его социальная реальность предстают перед ним как упорядоченная серия событий, наподобие снимков в семейном альбоме, складывающихся в единую историю. Макканел считает главной целью туриста укрепление собственной идентичности, утверждение Эго: «Эго – краеугольный камень любой идентичности. Если субъект лишен Эго, он распадается на миллионы несвязных мыслей и впечатлений. Эго – это центр управления и контроля, объединяющий личность в единое целое. Эго отбирает чувственные впечатления и лепит из них реальность. Отъезд из дома, расставание с привычным кругом семьи и друзей и последующее возвращение в качестве того же самого субъекта, той же самой, или даже улучшенной, личности, – это, пожалуй, лучший стандартизированный тест, который Эго изобрело для измерения своей мощи» [1, 15].

Американский антрополог Нельсон Грабурн считает туристические поездки современного человека светским эквивалентом священных празднеств, разделявших время в традиционных культурах на два периода – время праздника и время повседневных обязанностей [3]. Для современного человека время тоже делится на повседневную жизнь, полную забот, и «настоящую жизнь», которую он покупает себе ценой 11 месяцев напряженного труда. Гра-

ница между этими двумя жизнями обставлена своеобразными ритуалами перехода (сборами, получением визы, проводами, переводом часов в самолете или распитием спиртного с незнакомым попутчиком в поезде). Ритуалы возвращения менее праздничны, но столь же обязательны: подробные отчеты перед друзьями, вручение подарков близким, демонстрация фотографий, сувениров.

Само путешествие обычно проходит в режиме, который психиатры называют измененным состоянием сознания: чрезмерное возбуждение, эйфория, напряженность, граничащая с болезненностью. Медицинская статистика свидетельствует, что в отпуске люди чаще болеют и подвергают свое здоровье большему риску, чем дома. И все же оно для нас - сродни ритуальному испытанию, которое в традиционных культурах составляет суть любого священного праздника.

Человек возвращается из отпуска вовсе не «отдохнувшим» и «полным сил». Он возвращается *другим*, примерившим на себя *иную* жизнь.

Отпуск как празднично-карнавальная период временного снятия всех социальных табу, потакания себе и исполнения желаний характеризуется не только легкостью завязывания «курортных романов», но и временным снятием финансовых ограничений. В массовом сознании очень популярна идея о том, что на отдыхе «нельзя экономить». В исследовании китайского социолога Нина Ванга подчеркивается «пиковый» характер туристического потребления, отличающегося от рационального и экономного поведения человека в обычное время: «Это безответственное и ничем не сдерживаемое потребление, конструирующее фантастический или утопический мир изобилия и вседозволенности» [4].

Граждане России получили возможность путешествовать не так давно. Совершать путешествия – одно из основных видимых завоеваний «перестройки» – для большинства обывателей гораздо более существенное, чем свобода слова и многопартийность. В условиях скудной обеспеченности жильем и не устоявшейся профессиональной «табели о рангах» отпуск за границей стал определяющим классификационным признаком формирующегося в России среднего класса.

В отличие от США, где уровень благосостояния можно довольно точно определить по месту жительства, в нашей стране представители среднего класса в большинстве своем продолжают жить в квартирах, построенных в советские годы. Поэтому они ежедневно ощущают необходимость, если не пространственных, то хотя бы символических границ между собой и пролетарскими семьями, живущими на той же лестничной клетке. Отпуск, проведенный в Испании, Франции или Турции, служит одним из наиболее доступных способов социальной дифференциации.

ЛИТЕРАТУРА

1. MacCannell, Dean. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. Berkley: University of California Press, 1976.
2. Urry, John. The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage, 1990.
3. Granburn, N. Tourism: The Sacred Journey // Host and Guests. The Anthropology of Tourism / Ed. Valene L. Smith, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. – P. 21-36.
4. Wang, N. The Tourist as a Peak Consumer. The Tourist as a Metaphor of the Social World/Ed. Graham M.S. Darm. UK: CABI Publishing, 2002. – P. 281-296.