

На правах рукописи

ЧАБАН ВИКТОР САВЕЛЬЕВИЧ

**СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ
РОССИЯН В ДОСУГОВОЙ СФЕРЕ:
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ
В МОДЕРНИЗИРУЮЩЕМСЯ ОБЩЕСТВЕ**

Специальность

22.00.06 – социология культуры, духовной жизни
(социологические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Ростов-на-Дону
2006

Работа выполнена в ГОУ ВПО
«Ростовский государственный педагогический университет»
на кафедре социологии и политологии

Научный руководитель:
доктор социологических наук, профессор
Борцов Юрий Сергеевич

Официальные оппоненты:

доктор социологических наук, доцент
Зубок Юлия Альбертовна

доктор социологических наук, профессор
Ильин Виктор Григорьевич

Ведущая организация:
Поволжская академия государственной службы
им. П.А. Столыпина

Защита состоится «27» декабря 2006 г. в 13.00. часов на заседании диссертационного совета Д 212.206.03 по социологическим наукам в ГОУ ВПО «Ростовский государственный педагогический университет» по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33, ауд. 202.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Ростовского государственного педагогического университета по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33.

Автореферат разослан «27» ноября 2006 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Л.Я. Хоронько

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационной работы связана с необходимостью изучения социокультурных последствий проводимых в России реформ, когда фаза «догоняющей модернизации» нашего общества совпадает с этапом мировой глобальной экспансии постмодернистских ценностей. Перемещение огромных масс людей в образующемся социальном пространстве (в форме миграций или массового туризма) ведет к возникновению специфических смыслов и ценностей, определяющих человеческую деятельность, новой социокультурной индикации процессов социально-группового структурирования и размежевания.

Постиндустриальные технологические изменения породили в развитых странах множество социальных новаций в сфере производства, занятости, коммуникации, перемещений и досуга. Одним из революционных сдвигов стало иное структурирование социального времени: интенсивность, насыщенность и продолжительность его наполнения. Увеличение свободного времени, изменение его характера, структуры и содержания существенно изменили отношение людей к отдыху и – в более широком смысле – к досугу. Неизмеримо повысилась его социальная ценность, и теперь, по Марксу, свободу человека в современном обществе поистине можно измерять количеством и качеством свободного времени.

Интересно, что не только высокоразвитые, но и модернизирующиеся страны выдвигают отдых (и связанные с ним путешествия и туризм) в число важнейших человеческих ценностей. Значимость «для-себя-времени» в переходном российском обществе быстрее почувствовали молодые люди, которые еще не вступили или только вступают в трудоспособный возраст. Во многом оказавшись во власти рекламных стереотипов «красивой (читай: праздной) жизни», они выработали потребительские установки, которые только в будущем должны научиться обеспечивать собственной экономической активностью.

Естественно, более наивная, социально неопытная часть общества, молодежь, гипнотически подпадает под влияние прямой и косвенной пропаганды релаксации «без границ». Немаловажную роль в по-

вышении восприимчивости к ней играет принудительное увеличение свободного времени молодых людей в связи с незанятостью в общественном труде или образовании. Это обстоятельство актуализирует исследование массовой культуры, предлагающей свою темпоральную и символическую структуру досуга соответствующим группам российского населения. Другой важный аспект исследования проблемы предполагает изучение инфраструктуры массового туризма, индустриализации релаксационных отраслей социального сервиса, процесса институционализации рекреации в целом и их влияния на процессы социальной дифференциации российского населения.

Как показывают эмпирические данные, изменения, происходящие в нашем обществе, проявились не только в актуализации ценностей досуга, они и затронули само его качество, сформировали новую идеологию путешествий и туристической деятельности. Сегодня возникли и обнаружались новые культурные образцы в структурировании отдыха и туризма отдельных общественных групп, и мы можем рассматривать этот пласт объективных показателей культурной дифференциации как новый комплексный индикатор формирования социальных слоев современного российского общества.

Социокультурные изменения в российском обществе во многом обусловлены не только масштабными социально-политическими и экономическими изменениями, но и переосмыслением множества прежде господствовавших «истин», превращенных в установки и стереотипы. Редкие из них до сих пор не поколеблены, в частности, известное высказывание К. Маркса о том, что мерилom свободы общества является свободное время человека, живущего в этом обществе. Тесно связанные со свободным временем виды человеческой активности, способы препровождения свободного времени: отдых, досуг, туризм и путешествия – превратились в современном обществе в высокоактуальную ценность, обладание которой объективно выступает определителем социального статуса группы или конкретного лица.

Таким образом, проблематика, зафиксированная в названии диссертации, носит актуальный характер как в практическом, так и в теоретическом планах.

Степень разработанности проблемы. Поскольку путешествия и туризм являются частными случаями пространственного перемеще-

ния человека и масс людей в социальном пространстве, то большое значение для представленной работы имеют труды специалистов в данной области: В.А. Ионцева, В.Л. Иноземцева, Ж.А. Зайончковской, В.М. Моисеенко, О.С. Чудиновских и др. Историко-культурный анализ путешествий и странничества на Руси содержится в исследованиях Н. Трубецкого, С.Н. Иконниковой, А.А. Крючкова, Ю. Степанова и др. Существует и традиция определения путешествий и туризма в качестве социокультурного феномена со своей системой мотивов, культурных ценностей, идентификационных моделей (Н. Смелзер, Дж. Мид, А. Глейзер, В.А. Квартальнов, А.Ю. Александров, А.В. Мозговой и др.).

В трудах классиков социологической мысли (Э. Дюркгейм, К. Маркс, П. Бурдьё, И. Гоффман, П. Бергер, Т. Лукман) мы находим немало ценных идей, связанных с характеристикой оснований социальной жизни, соотношения рабочего и свободного времени, социокультурной обусловленности человеческой деятельности.

В отечественной социологии различные аспекты отдыха, рекреации, здорового образа жизни, активного отдыха рассматривались такими учеными, как А. Абуков, В. Азар, И.А. Бутенко, В.Е. Гимпельсон, Л.А. Гордон, П.Г. Городецкий, В.Г. Гуляев, В.А. Квартальнов, А.С. Орлов, В.Б. Сапрунова и др. Социологические аспекты современной туристической деятельности нашли отражение в исследованиях Боуэна Д., Браймера Р.А., Каска С., Котлера Ф. и др.

Изменения, происходящие в сфере досуга и отдыха, путешествий и туризма, объясняются также в рамках концепции постмодерна и теории постиндустриального общества. Так, исследование ценностей, проведенное в 1970–1995 гг. в 42 странах, зафиксировало рост значимости постматериалистических ценностей в развитых странах, к которым относятся такие ценности, как самовыражение и качество жизни¹. Отсюда весьма интересными являются идеи известного американского социолога Р. Инглхарта, который рассматривает от-

¹ См.: *Инглхарт Р.* Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющееся общество // Политические исследования. 1997. № 4. С. 6–32.

меченные процессы с помощью теории межгенерационной перемены ценностей.

Рассмотрение проблематики данной диссертации опирается также на существующие в отечественной и мировой социологии представления о двух типах социальной дифференциации:

– социально-классовой, основанной прежде всего на экономической дифференциации;

– культурно-нормативной, построенной на различиях уважения и престижа, возникающих из сравнения образов жизни и норм поведения, которым следуют данный человек или группа.

Таким образом, весьма актуальным в научном плане становится концептуальный анализ социальной экзистенции различных общественных групп в путешествиях и туризме, исследование жизненных стилей, выражающих ценностные ориентации входящих в них индивидов. Пилотные исследования показывают, что реализация досуговых предпочтений определяется в первую очередь социально-демографическими и культурными факторами. Такого рода исследования особенно актуальны для России, которая в процессе «догоняющей модернизации» оказывается вовлеченной в постиндустриальные тенденции современного социального развития, включающие в себя аспекты не только «после», но и «анти»: дисциплине, напряжению и самоотдаче в труде противостоят ценности расслабления, отдыха, эгоцентризма. Это связано с изменением культурных моделей социальной включенности современного человека, более либеральных, мультифакторных, индивидуалистичных.

Объектом исследования является досуговая сфера жизнедеятельности общества и человека.

Предметом исследования выступили социокультурные ориентации и жизненные практики различных социальных групп в современной России в сфере путешествий и туризма.

Цель диссертационного исследования состоит в экспликации социокультурной сущности путешествий и туризма как факторов социальной дифференциации и стратификации в модернизирующейся России.

В соответствии с целью исследования потребовалось решить следующие **задачи**:

- проанализировать методологические и теоретические основы социологического исследования социокультурной сущности путешествий и туризма;
- изучить путешествие в контексте культурных доминант традиционного российского общества;
- рассмотреть социокультурные последствия становления индустрии туризма в ходе модернизации России;
- показать роль массовой культуры и средств массовой информации в дифференциации социокультурных предпочтений россиян в сфере отдыха и туризма;
- определить процесс разделения социально-классовых групп населения современной России в контексте предпочтений и практик в сфере туристического отдыха.

Теоретико-методологической основой исследования является рассмотрение изменений в структуре свободного времени и досуга различных групп населения, где путешествия и туризм стали важнейшими маркерами дифференциации общества, а население оказалось объектом воздействия со стороны массовой культуры, штампующей новый тип усредненного человека – «человека отдыхающего». В связи с этим особую значимость для диссертационного исследования приобрели труды М.Маклюэна, М.Кастельса, Г.Маркузе, Э.Фромма, Р.Инглхарта, В.Висс. Теоретическую основу работы составили общенаучные принципы системности, историзма, эволюционизма, функционализма. В целом данное исследование выполнено в русле социокультурного подхода к анализу трансформационных процессов российского общества. Поэтому теоретическую основу диссертации составили работы отечественных и западных ученых: социологов, философов, культурологов, изучавших путешествия и туризм в качестве социокультурного феномена.

Источниковая база диссертационной работы содержит материалы интерпретационного анализа целого ряда социологических исследований и соответствующих статистических данных, а также результаты проведенных автором в 2005-2006 гг. социологических опросов 484 человек по проблеме структуризации свободного времени и мотивации путешествий россиян.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- выявлены традиционная и модернизационная парадигмы восприятия путешествия как социокультурного феномена;
- в качестве комплексного индикатора социологического анализа процесса модернизации российского общества определены новые социокультурные образцы досуговой и туристической деятельности;
- зафиксирован феномен социокультурного структурирования ориентаций и представлений россиян относительно путешествий и туризма в зависимости от социально-групповой принадлежности;
- массовая культура и индустрия туризма представлены в качестве социокультурных механизмов, формирующих матрицу образцов жизнедеятельности, стилей поведения, новых жизненных контекстов посредством презентации престижных и значимых для современного человека форм отдыха;
- зафиксирована в качестве одной из социальных проблем модернизирующейся России проблема завышенного уровня досуговых потребностей молодежи, в том числе и в области туристической деятельности.

Положения, выносимые на защиту.

1. В традиционном российском сознании путешествие воспринималось прежде всего как такое перемещение в пространстве физическом, которое давало возможность индивиду почувствовать, понять свою приобщенность к миру высших духовных, религиозных ценностей, воплощающих в себе коллективную идентичность русского человека.

Для современного индивидуалистически ориентированного человека актуальным и наиболее значимым является понимание путешествия как «поиска себя», апробации оптимальных, значимых ролей социального поведения, за счет, в том числе, и «карнавальной» ломки стереотипов. Овладение в ходе путешествий «образами территорий» ведет к интенсификации личностных познавательного и коммуникативного процессов человека современного общества.

2. Модернизация российского общества породила кардинальные изменения во всей системе досуговой деятельности граждан. Как показывают эмпирические данные, изменения, происходящие в нашем обществе, проявились не только в актуализации ценностей досуга, они и

затронули само его качество, сформировали новую идеологию свободного времяпрепровождения. Возникают новые культурные образцы в структурировании свободного времени в сфере путешествий и туризма разных общественных групп, что позволяет рассматривать эту культурную дифференциацию как показатель глубокой социальной динамики, влекущей множество последствий.

3. Возникновение индустрии массового туризма, смена социокультурных приоритетов в мотивации путешествий, общее увеличение свободного времени, изменение его характера, структуры и содержания в динамике развития разных групп российского населения обуславливают возможность и необходимость его анализа как одного из важнейших показателей формирующихся социокультурных различий. Освоение пространства свободного времени людьми, которые в еще недавнюю советскую эпоху не имели возможности свободно им распоряжаться под воздействием навязанных форм коллективной активности, привело к существенным изменениям в системе досуга. Они весьма откровенно свидетельствуют о качественных изменениях в стиле и образе жизни разных групп населения.

4. Использование социокультурных возможностей туристического бизнеса (рекреация, смена ролей, подтверждение статуса, карнавализация и т.д.) различными группами населения в целом определяется социально-демографическими и культурными факторами. Известно, что в современном мире наибольшей чувствительностью и потребностью в досуговых инновациях отличаются бизнесмены и молодежь (не исключение здесь и Россия). Однако, если для первой группы действительно характерен высокий уровень материальной обеспеченности и экспериментирование в области заполнения свободного времени в путешествиях не вызывает социально противоречивых последствий, то для молодежи завышенный уровень досуговых потребностей становится социальной проблемой.

5. Модернизационные изменения, радикально перестроившие досуговую и туристическую деятельность россиян, вызвали ряд негативных и даже социально опасных тенденций. Так, среди прочих в массовой культуре тиражируется ориентация на досуг и отдых как на некую сверхценность. В широких кругах населения вследствие «ценностного реванша» материалистических и индивидуалистических ценностей пу-

тешества и туризм теряют ранее присущие им социально и культурно развивающие функции. Парадоксально, но в контексте господства индивидуалистических ценностей путешествия и туризм все более приобретают выраженные группоориентированные черты. Модные курорты, клубный отдых, тиражируемые в массовом порядке туры, «тусовочные» мероприятия, которые «нельзя» пропустить, и т.п. не просто притягивают и вовлекают активность человека в некие особые формы групповой динамики, но и прививают, а то и навязывают соответствующие циклические модели досугоориентированного поведения.

6. Те группы, которые моделируют для общества идеальные образцы путешествий и туризма, – элита, рантье, предпринимательские слои, сателлиты собственников, богема – формируют символические стереотипы, которыми индицируется их образ жизни в рекламных, кинообразах и обыденном сознании. Модель социального бытия «человека отдыхающего», не отягощенная социальными обязательствами, принудительностью труда, принципиально досуговая, автообращенная, транслируется в массовое сознание как олицетворение социально стимулирующей ценности: трудись, конкурируй, достигай, чтобы быть богатым и свободным. Однако в контексте социокультурного кризиса современного российского общества, его постшокового состояния она воспринимается или как откровенно нереальная, сказочная, снижая до нуля социально-стимулирующий эффект, или же как гиперманкая, нивелируя значимость средств достижения новых статусов.

7. Социальное пространство как мир актуальных контактов за пределами дома и семьи, которое призваны расширить путешествия и туризм, «схлопывается» для представителей беднейших слоев, а вместе с ним начинается социальный аутизм, специфическая дезадаптация, порождающая объективную зависимость «новых» бедных россиян от внешних обстоятельств. Не только за счет материальной бедности, но и за счет бедности досуга человек часто превращается в боязливое, зависимое существо, в жертву разного рода внешних рисков. В социальном смысле он в значительной степени утрачивает интенцию и статус деятеля, что не отвечает гуманистической и либеральной парадигме современности и снижает социальный потенциал модернизирующегося российского общества.

Практическая значимость работы определяется потребностью анализа социокультурных последствий проводимых в России реформ, в частности в сфере досуговых предпочтений россиян, в которой проявляется и воспроизводится их социокультурная дифференциация. Полученные результаты можно использовать в преподавании общих и специальных курсов по общей социологии, социологии досуга, социологии здоровья, социологии физической культуры и спорта, культурологии. Они имеют значение для практической деятельности управленцев и администраторов туристического бизнеса.

Теоретическое значение исследования состоит в выяснении взаимообусловленности процессов структуризации досуга и социокультурной дифференциации россиян, что открывает перспективу определения моделей социального развития. Результаты диссертационной работы позволяют углубить теоретические представления в области социологии, связанные с проблемами модернизации культурных предпочтений россиян в сфере досуга и отдыха.

Апробация работы. Результаты исследования опубликованы в материалах Всероссийского социологического конгресса «Глобализация и социальные изменения в современной России», докладывались и обсуждались на внутривузовских научных конференциях, опубликованы в шести научных работах общим объемом 4.32 п.л.

Результаты диссертационного исследования внедрены в практическую деятельность Администрации Туапсинского района Краснодарского края и в работу Департамента комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края.

Структура диссертации включает введение, три главы, семь параграфов, заключение, список литературы и приложение.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность избранной темы, характеризуется степень ее разработанности, определяются цели и задачи диссертационного исследования, излагаются методы исследования, формулируются новизна, основные теоретические положения, выносимые на защиту, освещается теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе – «Социокультурная сущность путешествий и туризма» – определяются основные понятия, теоретические и методологические принципы исследования, позволяющие выявить социокультурную сущность путешествий и туризма.

Первый параграф – «*Методологические и теоретические основы исследования*» – содержит изложение методологии и теоретических оснований изучения заявленной в диссертации проблемы. Методологические предпосылки исследования досуга, отдыха и, несколько уже, путешествий и туризма включают представление о том, что в целом использование свободного времени различными группами населения определяется социально-демографическими и культурными факторами. Структура досуга и отдыха и показатели их содержательного разнообразия зависят от социокультурных факторов: социализации, профессии, образования, образа жизни.

Одной из важных методологических установок является различение социальной модели досуга и отдыха, которая предусматривает изучение форм участия различных социальных групп в досуговой деятельности, и экзистенциальной, направленной на исследование стилей жизни, выражающих ценностные ориентации индивидов.

Еще один важный методологический принцип исследования путешествий и туризма различных общественных групп в переходном обществе заключается в признании изменчивости баланса «серьезного» и «легкого» досуга, выраженность которого преобладает в более динамические периоды социального развития и существенно уравнивается «серьезным» досугом в более стабильные периоды. Сегодня большинство исследователей проблемы отмечают преобладание форм «легкого» досуга и выявляют множество препятствий для расширения социального пространства «серьезного» досуга.

В данном контексте весьма актуальной выглядит теория межгенерационной перемены ценностей американского социолога Р. Инглхарта, в которой он не связывал напрямую превалирование постматериальных ценностей с экономическим уровнем жизни индивида.

Однако, с нашей точки зрения, следует уточнить, что феномен роста значимости постматериалистических ценностей означает не устранение материальной мотивации, а появление социального сдвига от стремления к высокому уровню материального потребления к макси-

мизации «качества жизни», включающего иную структуру досуга, путешествий и туризма. Данные социологических исследований свидетельствуют, что если в середине 70-х гг. XX в. комплексный показатель, фиксирующий пропорцию «материалистов» и «постматериалистов», составлял 4:1, а в начале 90-х гг. – 4:3, то к настоящему времени ситуация уравнивается.

Данное обстоятельство имеет немаловажное значение для определения значимости двух основных подходов, существующих в социологии в отношении типов социальной дифференциации (социально-классовый и культурно-нормативный). Репрезентативный подход к культуре (Л.Г.Ионин) в социологии, трактующий культуру как активную силу, формирующую социальные институты и стратифицирующую общество «эпохи перемен», акцентирует наше внимание на активности социального субъекта в создании новых форм организации своего бытия. Усиление значимости культурно-нормативного фактора в статуировании социальных групп в реформирующемся российском социуме хорошо видно на примере процессов, происходящих в сфере досуга, отдыха, туризма и путешествий. Распространению «постматериальных ценностей» в этой сфере способствует действие закона социальной имитации, заключающегося в том, что стандарты жизни наиболее продвинутых групп активно перенимаются остальными, чему в немалой степени содействуют механизмы массовой культуры. С этих позиций в работе рассматриваются и теория дифференциации стилей жизни (Т.И. Осадчая), типология социально-психологических особенностей личности в отношении к определенному стилю времяпрепровождения (С.Н. Иконникова), результаты социологических исследований о влиянии социально-демографических и культурных факторов на структуру свободного времени (Л.А. Гордон, В.Я. Волк и др.).

Второй параграф – **«Социокультурная ценность путешествий и туризма»** – содержит социокультурное исследование значимости и ценности путешествий и туризма для современного человека. Социокультурная значимость любого социального явления обусловлена преобладающими в данном обществе ценностями и смыслами, его символическим пространством и отношением к окружающей действительности.

Путешествия и туризм – два неразрывно связанных понятия, которые описывают определённый образ жизнедеятельности человека. Это отдых, пассивное или активное развлечение, спорт, познание окружающего мира, торговля, наука, лечение и др. Однако всегда при этом присутствует характерное действие, определяющее и обособляющее собственно путешествие от иных сфер деятельности, – временное перемещение человека в иную местность или страну, отличное от его обычного местонахождения или проживания. «Путешествие» – термин, обозначающий перемещение людей в пространстве и времени независимо от цели такового.

Туризм становится особой формой передвижения людей. Он развивался на основе путешествий и открытий, осуществляемых мореплавателями, исследователями, историками, географами и представителями делового мира, которые собрали результаты многочисленных научных изысканий, наблюдения, описания, литературные, исторические и географические материалы, отчёты и дневники. Появление туризма стало возможным в результате коренных изменений в характере общественного производства, развития средств транспорта и связи, налаживания мирохозяйственных отношений в различных сферах.

По мере увеличения доли свободного времени в жизни человека увеличивается потребность в видах деятельности, восстанавливающих жизненную активность. А по мере развития транспортных средств для этих целей все чаще используются виды деятельности, связанные в перемещением человека в пространстве, позволяющие сменить традиционную обстановку: продолжительные путешествия, туристические поездки.

По мнению известного ученого в области путешествий и туризма В.А. Квартального, цели и причины путешествий определяются мотивацией путешествия и потребностью в путешествии как в таковом. Для того чтобы принять решение о путешествии (т.е. о перемещении из одной точки географического пространства в другую), у человека должен прежде всего созреть сам мотив путешествия, который впоследствии определит цели и причины этого путешествия.

В исследовании данной проблематики мы во многом опирались на работы российских социологов Д.Н. Замятина и А.В. Мозгового. С социологической точки зрения принятие решения о перемене про-

странственного окружения есть продукт сугубо психологической потребности человека в стремлении увидеть себя в новом образе. Человек должен увидеть себя в новом качестве, почувствовать в нем необходимость, а сидя уже на чемоданах, он должен представлять себе (по крайней мере на уровне иллюзии) все преимущества новой жизни. Эти представления и иллюзии формируются на основе социокультурных образов и стереотипов, существующих в данном обществе по поводу путешествий и переезда на новое место жительства. Поэтому, на наш взгляд, при исследовании причин и мотивов пространственных перемещений (путешествий, туризма) необходимо учитывать то обстоятельство, что путешествия совершаются не просто в каком-либо физическом пространственно-временном континууме, но также в пространстве неких образов, сформированных в его сознании. Движение человека происходит и в реальном, и в образном пространствах². Идеал, ощущение полноты путешествия достигается при совпадении реального и образного пространств.

Современные авторы выделяют целый ряд новых форм туризма и путешествий (вплоть до космического и виртуального) и особо останавливаются на их репрезентативных, символических, рекреационных, статусных, сменно-ролевых и других функциях.

Во второй главе – **«Модернизация культурных предпочтений россиян в сфере досуга и отдыха»** – фиксируется смена социокультурных ориентиров в восприятии и понимании путешествий в контексте становления в модернизирующемся обществе индустрии отдыха и туризма.

В первом параграфе – **«Путешествия в контексте культурных доминант традиционного российского общества»** – анализируется культурно-ценностная составляющая путешествий в домодернизационном российском социуме.

В российском традиционном обществе (домодернизационного периода, периода реформ Петра I) господствующей культурной установкой путешествий в «иные земли» была идея утверждения (и прежде всего в самом себе) истинной, православной веры в форме паломничества, странничества и т.д. Базовой доминантой в данном случае высту-

² *Замятин Д.Н.* Образы путешествий: социальное освоение пространства // Социол. исслед. 2002. № 2. С. 14.

пает матрица коммунитаризма (если использовать терминологию С.Г. Кирдиной), ибо наибольшей ценностью здесь выступает чувство единения и равенства в сфере истинной веры и религиозного опыта.

Данное положение обосновывается в ходе качественного анализа как художественных произведений, так и практики скитальчества и странничества. Особый интерес здесь вызывает скорее даже не многочисленная паломническая литература, свидетельствующая о желании людей приобщиться к высшим сакральным тайнам бытия в ходе путешествия по святым местам, а известное повествование вполне светского человека. Речь идет об анализе древнерусского литературного памятника конца XV в. – «Хождение за три моря» Афанасия Никитина. Оказывается, что отношение между «Хождением» Афанасия Никитина и паломничествами может быть выражено следующей краткой формулой: в то время как паломничество есть описание путешествия в святую землю, «Хождение за три моря» Афанасия Никитина есть описание путешествия в поганую землю. В данном анализе мы опираемся на соответствующие исследования Н.Трубецкого.

Паломник путешествует по святым местам, переполненным святынями и представляющим на каждом шагу материальные, осязаемые следы ветхозаветных и новозаветных воспоминаний. Он несет в себе самом, в своем сознании особую атмосферу благочестивых чувств, мыслей, настроений и представлений, и окружающий мир, внешняя обстановка святой земли действуют на этот внутренний мир паломника как мощный резонатор, повышая интенсивность всех его переживаний, мыслей и чувств. В результате оба мира, внешний и внутренний, сливаются воедино, и паломник неспособен различать, где кончается один и начинается другой: в окружающем он видит и замечает только то, что гармонирует с его внутренним миром, впитывает все это в себя и в то же время вкладывает свои собственные религиозные переживания во все виденное и слышанное. Другая ситуация у Афанасия Никитина, который путешествует по странам нехристианским – мусульманским и языческим, где не только нет христианских воспоминаний, не только царят нехристианские религии, но где эта чужая, нехристианская религиозная стихия выступает на каждом шагу, бьет ключом. Между внутренним религиозным миром Афанасия Никитина и окружающей его обстановкой мусульманской или языческой жизни не

только нет гармонии, но есть прямая противоположность, противоположность постоянно и интенсивно ощущаемая.

По мнению Н.Трубецкого, сказанным выше определяется истинный смысл и сущность содержания «Хожения» Афанасия Никитина. Это не есть простое описание любопытных путевых приключений или диковин, виденных в далеких странах, а повесть о том, как несчастный православный христианин, «рабище Божие» Афанасий, занесенный судьбой в нехристианские страны, страдал от своего религиозного одиночества и тосковал по родной христианской обстановке.

В данном контексте – утверждения общей религиозной идентичности – рассматривается и феномен странничества на Руси.

Данные традиции не исчезают из русской культуры бесследно. Феномен, объединяющий духовный поиск «себя» и реальность путешествия, рассмотрен на примере писателя и культурного деятеля П.П.Муратова. Его духовный опыт воплотился полнее всего в знаменитой книге – трехтомнике «Образы Италии». Именно через Италию – и во времени, и в пространстве – пролег маршрут «нового духовного странничества» Муратова, а вместе с ним тысяч русских людей, оказавшихся в эмиграции. В настоящее время в России религиозное паломничество «не модно» и никоим образом не может конкурировать с туриндустрией.

Во втором параграфе – *«Социокультурные последствия становления индустрии массового туризма в России»* – показана динамика становления массового туризма в модернизирующемся обществе и определены социальные и культурные последствия этих процессов для различных групп населения.

Туризм является продуктом длительного исторического развития. В основу периодизации основных этапов становления туризма положены такие критерии, как технико-экономические предпосылки, социальные предпосылки, целевые функции туризма на разных этапах развития. Обычно выделяют следующие этапы развития туриндустрии: до начала XIX века – предыстория туризма; начало XIX века – начало XX века – элитарный туризм, зарождение специализированных предприятий по производству туристических услуг; начало XX века – до начала Второй мировой войны – начало становления социального туризма; после Второй мировой войны – современный этап – массо-

вый туризм, формирование туристической индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма.

После Второй мировой войны в спросе и предложении на рынке туризма произошли коренные изменения, которые дают основание говорить о том, что массовый конвейерный туризм трансформировался в массовый дифференцированный. Прежде всего следует отметить, что и в первом, и во втором случае речь идет о массовом туризме, в котором принимают участие не только элита, но и средний класс, а значит, с 80-х годов – и население с низким уровнем доходов. Конвейерный туризм предполагает относительный примитивизм и однообразность потребностей и мотивации туристов и, соответственно, обезличенно-конвейерный характер производимых услуг.

Дифференцированный туризм отличают разнообразная парадигма потребностей и мотивации туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предлагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения. Для дифференцированного туризма характерен не столько широкий, сколько глубокий ассортимент услуг. Иными словами, турфирма предлагает не огромное количество видов турпродукта, а ограниченное число видов, каждый из которых имеет большое число вариантов. Переход от конвейерного к дифференцированному туризму совершался одновременно с переходом от рынка производителей к рынку потребителей.

Основы современного массового туризма в России были заложены во второй половине XIX в. Тогда появляется ряд туристических и экскурсионных организаций. Туристско-экскурсионная работа в 1917–1930 гг. в России характеризуется созданием социально-экономических условий, зарождением и организационным становлением экскурсионного и туристского движения. Период развития туризма с 1936 по 1970 год и в последующие годы характеризуется внедрением новых организационных форм управления. В 1937–1940 гг. была проведена комплексная реорганизация структуры туризма, в основу которой было положено жёсткое государственно-партийное планирование капиталовложений, кадров и географий рекреационной деятельности. Туристские путешествия организационно-централизованного

периода стали одной из наиболее популярных форм отдыха советских граждан.

Переходный период (с 1990 г.) развития российского туризма характеризуется переходом от административного регулирования туризма к экономическому стимулированию, основанному на новых российских законах, касающихся как предпринимательства и рынка в целом, так и туристической деятельности в частности.

Можно констатировать, что Россия повторяет путь Запада в процессе модернизации досуга, становления индустрии массового туризма. Постиндустриальные технологические изменения породили в развитых странах множество социальных новаций в сфере производства, занятости, коммуникации, перемещений и досуга. Одним из революционных сдвигов стало иное структурирование социального времени: интенсивность, насыщенность и продолжительность его наполнения. Увеличение свободного времени, изменение его характера, структуры и содержания существенно изменили отношение людей к отдыху и – в более широком смысле – досугу.

В третьей главе – **«Социокультурная стратификация в современной России: отдых, путешествия и туризм»** – описаны процессы социокультурной дифференциации россиян в связи с теми трансформационными изменениями в сфере отдыха, путешествий и туризма, которые произошли в процессе российской модернизации.

В первом параграфе – **«Роль массовой культуры в дифференциации культурно-познавательных, рекреационных и статусных потребностей россиян в сфере отдыха и туризма»** – массовая культура представлена в качестве матрицы, формирующей образцы жизнедеятельности, статусные позиции, новые жизненные контексты в сферах отдыха и досуга.

В диссертации отмечается, что недифференцированно однозначно критическое отношение к массовой культуре приводит к тому, что из области научного анализа исчезают целые пласты социокультурной жизни. Тем более что низкое качество культурной продукции не является синонимом массовой культуры. Как любое социальное явление, массовая культура поляризована, и задача социолога заключается не в вынесении этических вердиктов, но во всестороннем анализе социальных фактов и выявлении социальных закономерностей.

Массовая культура должна быть понята в качестве особого типа культуры современного общества, социокультурной матрицы современных моделей, стилей, образов жизни. Отметим, что не только высокоразвитые, но и модернизирующиеся страны выдвигают отдых в число важнейших человеческих ценностей. Постиндустриальные тенденции современного социального развития влекут за собой изменение культурных моделей социальной включенности современного человека в сторону большего либерализма, мультифакторности, индивидуалистичности. Однако такая динамика создает специфические социальные проблемы для модернизирующихся обществ, в особенности в их внутривозрастной динамике, когда «расслабляться» стремятся молодые люди, даже не задумывающиеся или же просто отвергающие идею социального долга. Связанные с этим проблемы социальной регуляции уже в ближайшей перспективе поднимутся в полный рост, и теоретические исследования образа жизни должны стать тем основанием, без которого трудно прогнозировать успешное разрешение соответствующих противоречий.

Естественно, более наивная, социально неопытная часть общества, молодежь, гипнотически подпадает под влияние прямой и косвенной пропаганды релаксации. Немаловажную роль в повышении восприимчивости к ней играет принудительное увеличение свободного времени молодых людей в связи с незанятостью в общественном труде или образовании. Это обстоятельство актуализирует исследование бюджетов времени, в том числе темпоральной структуры досуга соответствующих групп российского населения. Другой важный аспект исследования проблемы предполагает изучение инфраструктуры досуга, индустриализации релаксационных отраслей социального сервиса, процесса институционализации рекреации в целом.

В отличие от всех иных социокультурных форм массовая культура в своей пропаганде «туристически-рекреационного» образа жизни охватывает не только широкую срединную часть современного общества, но и состоятельную элиту, и маргинальные слои, поэтому мы можем рассматривать предлагаемые ею модели как всеобщие, пригодные для максимально широкого круга населения. Хотя всеобщность не исключает разнообразия и структурированности массовой культуры в

зависимости от социальных, возрастных и субкультурных различий. Реализуется это различие в жанровом многообразии и тематическом наборе различных социальных групп.

В настоящее время именно массовая культура выступает основным источником формирования и каналом трансляции моделей современного отдыха и туризма.

В погоне за представленными в массовой культуре идеалами человек часто использует свой досуг для сокращения разрыва между реальным и идеальным «Я». Многие посвящают свой досуг определенной деятельности, пытаясь выразить свое «Я» и показать, какими они хотят быть. Это также может быть отнесено и к путешествиям, туристским поездкам, где возможна смена социальных ролей. Поэтому к социокультурным мотивам туризма относятся: стремление к смене своего «Я»; переоценка и обновление своего «Я»; релаксация; престиж (посещение определенных мест способствует росту уровня престижа человека в обществе либо в собственных глазах).

Во втором параграфе – «*Человек отдыхающий*» в массовом туризме» – фиксируется возникновение в постиндустриальном обществе феномена «человека отдыхающего», социального типажа, культурные предпочтения которого формируются, в том числе, и в рамках туристической индустрии.

Изменения в сфере свободного времени носили институциональный и системный характер. Они стали возможны не только по причине создания соответствующих экономических предпосылок, позволивших, в частности расширить систему социального обеспечения развитых стран, но прежде всего по причине утраты трудовой деятельностью прежнего – высокого – социального статуса и, наоборот, возрастания социальной значимости свободного времени. Поэтому 70-е годы XX в. можно смело считать временем начала заката «человека работающего», являвшегося стратегической целью как капиталистического, так и социалистического образа жизни.

Уже к началу 70-х гг. в развитых странах наблюдается процесс снижения времени занятости населения в общественном производстве. Так, за период 1950–1970 гг. в США средняя продолжительность рабочей недели во всех отраслях экономики сокращается. В конце этого

периода устанавливается порядок работы 5 дней в неделю, а на ряде предприятий – даже 4.

Одновременно увеличивается продолжительность оплачиваемых отпусков – в среднем до 2 недель. Помимо этого в 1971 г. американцы получают возможность дополнительного отдыха в связи с увеличением до 3 дней выходных во время пяти национальных праздников.

В результате, по расчетам С.М. Загладиной, доля свободного времени в общем бюджете времени населения США выросла с 34,1 % в 1950 г. до 35,4 % в 1970 г., прежде всего за счет увеличения выходных дней.

По данным О.В. Тереховой, величина свободного времени американцев за указанные 20 лет возросла на 33,7 %, прежде всего у пенсионеров (на 65,9 %) и работающего населения (на 32,1 %).

Невиданное развитие наблюдается в деятельности туристических фирм. Так, если в 1950 г. насчитывалось 25 млн. иностранных туристов, в 1960 г. – 71 млн, в 1972 г. – 200 млн, то в середине 1990-х гг. этот показатель составлял 370 млн. человек. Причем, по расчетам Г. Ваккермана, данная цифра может в ближайшие годы как минимум удвоиться³.

Таким образом, можно констатировать, что «человек отдыхающий» становится стратегической целью нового образа жизни в современном обществе. Однако следует заметить, что речь идет не об отдыхе бездеятельном и бесцельном, а о социально активном отдыхе. Основными отличиями «человека отдыхающего» от «человека работающего» являются мотивы деятельности. Последняя призвана отвечать требованиям свободы, творчества и удовольствия.

Наступление свободы выезда из страны привело к бурному росту российского туристического бизнеса и выездного туризма. Причем, по оценкам экспертов из Всемирной туристской организации, в 2020 году Россия войдет в десятку стран-лидеров по выезду туристов и границу пересечет примерно каждый пятый россиянин.

В российском обществе под воздействием процессов формирования глобальных информационных сетей происходит структурное оформление новых социальных групп по степени и формам их интег-

³ Ваккерман Г. Транспорт, торговля, туризм и мировая экономическая система//Международный журнал социальных наук. 1997. №18. С. 43.

рированности в глобальное сообщество. Новые социальные группы предъявляют иной уровень требований. Эти социальные группы ориентируются на стратегии социального взаимодействия в рамках глобальных информационных сетей.

В целом доля пассивного отдыха в новых социальных группах уменьшается и повышается роль туризма. На смену потреблению материальных ценностей приходит наслаждение жизнью, что находит отражение в новых принципах использования свободного времени (гедонизм, экстраверсия, эротика, активность личности, стремление к удобству и комфорту).

В третьем параграфе – *«Социокультурные мотивации и практики в сфере отдыха и путешествий россиян («новые» бедные, средний класс, элиты)»* – анализируются процессы дифференциации трех основных социально-классовых групп современной России в контексте ценностных предпочтений и практик в туристическом отдыхе.

В диссертации проводится социологический анализ, в результате которого на основе ряда репрезентативных конкретно-социологических исследований показано, что направленность досуговой активности и досуговые предпочтения у бедных россиян находятся в диссонансе, поскольку они оказываются обречены на пассивное потребление доступного времяпрепровождения и не имеют полноценных возможностей активно использовать предпочтительные для них формы досуга. Бедная часть российского населения, практикующая простые или традиционные типы заполнения свободного времени, остается не в состоянии проявлять активное социальное и культурное участие, являющееся признаком полноценности и разносторонности досуга, важным условием высокого качества жизни. Зеркальная структура соотношения разных типов досуга у богатых и бедных сегодня не только показатель текущего неблагополучия материально необеспеченных групп, но и признак того, что оно будет сохранять свой рецидивирующий характер.

Подтверждается мысль о существовании устойчивой зависимости качества отдыха от социального положения россиян. Наличие свободного времени и его структура, выбор наполнения детерминируется не только субъективными потребностями человека, но и уровнем его дохода. Выбор сезона для организации турпоездки, длительность от-

дыха в цикле других видов общественной (в том числе трудовой) активности – все в большей степени становятся прерогативой богатых. Место проведения отдыха тоже становится существенным признаком социальной дифференциации.

Важным показателем социальной дифференциации богатых, среднеобеспеченных и бедных является разнообразие туристического отдыха. Здесь полярность формирующихся моделей проведения свободного времени также определяется стратегиями повышения (поддержки) престижа и защиты от угроз финансового истощения. Так, при планировании и организации отпусков более ограниченные в материальных средствах, как правило, проявляют больший консерватизм, а более свободные материально – стремление к смене впечатлений, разнообразию, поиску новых мест, форм и способов досуговых развлечений. Это касается самих моделирующих принципов организации свободного времени: как в местах постоянного проживания, так и в выборе маршрутов путешествий.

Общая потребностная направленность населения позволяет выявить в самих формах воплощения отдыха дифференцирующие моменты. Первый вектор, как можно видеть, индивидуалистичен и определяется личной уверенностью, свободой, независимостью. Второй навязывает групповые стандарты и обусловлен конформизмом, потерей индивидуальности под воздействием сил, нередко отчужденных от социального субъекта, но управляющих процессом самоидентификации. Такая двухвекторная модель позволяет выделить и критериально дифференцировать реально функционирующие в современном обществе типы образов жизни основных социальных групп, изучить особенности их развития.

Необходимо учитывать и то, что сегодня возникли и сформировались новые культурные образцы в структурировании свободного времени отдельных общественных групп, и мы можем рассматривать этот пласт объективных показателей культурной дифференциации как новый комплексный индикатор анализа современного российского общества.

Развитие индустрии туристического отдыха свидетельствует, что средний класс растет и его доходы поступательно увеличиваются. Бурно развивается и отечественная сфера гостеприимства, и зарубеж-

ный туризм, открывая все новые направления как эксклюзивной, так и массовой востребованности. Так, в 2004 г. только на российских черноморских курортах отдохнули 7,1 млн туристов, что на 16,4 % больше, чем в предыдущем году. Из них 2,6 млн отдыхали организованно, по путевкам (это больше на 21 %) и 4,5 млн неорганизованно (плюс 8,3 %) (1). В следующем, 2005 г. туристическая сфера Краснодарского края была готова принять уже 10 млн гостей, вводя в строй новые гостиницы уровня 4*, торгово-развлекательные комплексы в крупных курортных городах и всячески поддерживая другие направления развития курортно-развлекательной инфраструктуры.

Данные опроса, проведенного фондом «Общественное мнение» в 2005 г., выявили очень интересную и не осмысленную на научном уровне особенность интересов россиян к курортному отдыху в аспекте баланса установок на релаксацию и познание нового. Оказалось, что познавательные ценности выражены в высокой степени, и это подтверждается стремлением путешествовать. При возможности выбора экскурсионного тура внутри страны или за границей респонденты уверенно предпочитали зарубежную поездку (44 %) страноведческой (31 %). А вот при выборе места курортного отдыха отдавали заметное предпочтение отечественным курортам: 40 % против 30 % предпочитающих отдых за границей. Интересно, что среди желающих отдохнуть преимущественно в России 45% выбирали курорт и 27 % – экскурсионные путешествия, а стремящиеся к поездкам за рубеж хотели бы приобрести скорее экскурсионные туры (37 %), чем пассивно пребывать на курорте (21 %). Такие соотношения в установках позволили старшему специалисту фонда «Общественное мнение» Е.Вовк сделать вывод о том, что отдых внутри страны воспринимается россиянами как курортный, а за рубежом – как экскурсионный⁴.

Структура этих предпочтений, чтобы реализоваться, должна иметь материальное подкрепление. Установки среднестатистического россиянина воплощаются в практику только в жизнедеятельности экономически активных и финансово обеспеченных групп. Поэтому и анализируются туристические и в более широком смысле досуговые практики среднего класса.

⁴ См.: Тут или там? // Компания. 17.07.2006. № 27.

Данные общероссийского социологического опроса, проведенного в декабре 1999 г. Российским независимым институтом социальных и национальных проблем (РНИС и НП)⁵, позволяют говорить о существенных изменениях в рекреационных предпочтениях россиян. Так, в 1999 г. лишь 2% респондентов провели отпуск за рубежом, а 48,8% не удалось реализовать аналогичные планы. Несомненно, что основным ограничением осуществлению последних является финансовый фактор.

В **Заключении** диссертации подводятся общие итоги проведенного исследования, формулируются основные выводы и намечаются перспективы дальнейшей разработки затронутых в диссертации проблем.

Результаты исследования представлены в следующих публикациях:

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

Статьи из перечня ведущих научных журналов и изданий ВАК:

1. Чабан В.С. Социальная дифференциация на отдыхе [Текст] /В.С. Чабан // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. Спецвыпуск. «Проблемы социокультурной трансформации современного российского общества» Ростов н/Д, 2006. 0,5 п.л.

2. Чабан В.С. Летний отдых представителей «среднего класса»: действие досуговых предпочтений и фактора образования [Текст] /В.С. Чабан// Вестник СГУ Ставрополь 2006. 0,36 п.л.

Научные статьи, доклады, тезисы

3. Чабан В.С. Социальная ценность отдыха [Текст] /В.С. Чабан// Актуальные проблемы функционирования транзитивного общества. Социологические очерки. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2005. № 1 0,6 п.л.

⁵ Независимая газета. 2000. 14 января.

4. Чабан В.С. Простой досуг российских бедных [Текст] /В.С. Чабан// Проблемы современной России. Социокультурный анализ. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2005 0,7 п.л.

5. Бинеева Н.К. Чабан В.С. Рекреация в моделировании современного образа жизни [Текст] /В.С. Чабан// Тезисы докладов и выступлений на Всероссийском социологическом конгрессе «Глобализация и социальные изменения в современной России»: в 16 т. М.: АЛЬФА, 2006. Т. 10. – 0,2 п.л. (личных 0,1).

6. Чабан В.С. Социокультурные мотивации и практики различных социальных групп модернизирующейся России в сфере отдыха и туризма [Текст]: Брошюра /В.С. Чабан// Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006 2,06 п.л.