

УДК 304.444

А.В. ДЕГТЕРЕВА, Ю.Д. МИШИН

Исторические тенденции в развитии туризма

В статье описывается превращение туризма из явления общественной жизни в фактор социального прогресса. Проанализированы тенденции развития туризма и изменение его восприятия в общественном сознании и политике.

Ключевые слова: *туризм, социальный прогресс, исторические тенденции, глобализация.*

Исследование истории туризма по активности мало в чем уступает анализу экономики туристической деятельности. Актуальность ретроспективного взгляда на туризм объясняется его гуманитарной составляющей и очевидностью значения самой истории человечества среди факторов, влияющих на организацию туризма. Исследователей стабильно интересует прошлое туризма, и этот интерес равномерно распределен во времени и в пространстве, не зависит существенно от национальной принадлежности.

История туризма рассматривается в различной предметной ориентации – в общем виде; в национальном и региональном приложениях; в зависимости от целей; в ограниченном времени и социальном пространстве развития. Благодаря работам известных специалистов: А.Х. Абукова, М.А. Ананьева, Л.П. Воронковой, В.В. Дворниченко, Г.П. Долженко, Р.А. Дьякова, В.А. Квартальнова, А.А. Крючкова, М.Э. Немальцевой, О.В. Тереховой, Г.С. Усыскиной, Г.Ф. Шаповала и ряда других, прошлое туризма, сделавшееся его и общечеловеческой историей, изучено достаточно обстоятельно. В первую очередь эта оценка относится к событиям, времени их свершения, статистике. К сожалению, историки предпочитают в качестве методологической предпосылки анализа использовать упрощенное понимание истории, наиболее популярное в специальной литературе, – расставлять и описывать явление во временной последовательности, избегая в анализе того, что называется, начиная с Г. Гегеля, философией истории, «логикой», «разумностью» исторического процесса. Являющаяся в событиях и лицах история есть не что иное, как фактическое воплощение логики общественного развития.

Уже у древних ионийцев термин *historia* означал не «повествование» о чем-либо, а «исследование, изучение, наставление в жизни», и, напротив, *logos* трактовался в смысле «рассказ». Автор 10-томного «Энциклопедического словаря изобразительного искусства» В.Г. Власов поясняет: «Прославленные произведения Фукидида и «отца истории» Геродота представляют собой не последовательно связанное изложение событий прошлого, а опыт осмысления реальности, некой системы представлений и наставлений в образе жизни» [1, с. 11].

Фактологический подход к истории явлений проще и удобней исторического (диалектического) исследования. Выстроенный на доминантном положении элементарной (формальной, аристотелевской) логики, он не требует анализа в реальных пространственно-временных координатах исторического прогресса. Пределом такого подхода становится система консервативных понятий, описывающих объект интереса. Фактологический подход формализует анализ. Временной срез исследования показывается упрощенно через регистрацию последовательности состояния явления. За скобками анализа остается исторический механизм трансформации, в скобках – условия. Причинно-следственные связи уступают место конечным действиям и комбинациям условий, детерминизм вытесняется кондиционализмом.

Диалектическое требование рассматривать явления во взаимосвязи, развитии, конкретно-исторически с практической точки зрения предлагает сориентировать исследования на «историческую кинетику», диалектику исторических превращений искомым явлений.

К сказанному уместно добавить и то, что вводимые в описывающую систему понятия обязывают строго соблюдать пространственно-временной формат их употребления. Историческое исследование туризма должно стремиться выполнять две задачи: во-первых, раскрыть процесс возникновения и развития туризма как системного социального явления, во-вторых, показать его всестороннее включение в ходе исторического процесса в общественное бытие в качестве фактора социального прогресса. Самое сложное здесь – проследить трансформацию факта в фактор. Обнаружить в истории искомый факт не всегда просто, и всегда очень трудно понять, как именно этот факт делается социальной силой.

Одним из необходимых условий подобного превращения является изменение масштаба явления, когда из единичного, ограниченного действия исторический факт разрастается до размеров социально значимого события, вращается в систему, образующую социальный организм. Без понимания такого проникновения бессмысленно надеяться адекватно оценить исторический статус явления. История туризма – не исключение.

Исторический механизм трансформации туризма в фактор социального развития – объект философской рефлексии, ибо без пространственно-временного рассмотрения диалектики движения туризма понять кинетику этого процесса нельзя. Только в пространстве и в диалектике процесса времени можно выявить исторические тенденции изменения социального статуса туризма.

«История, – утверждает Л.П. Воронкова, – это наша культурная память». Историкам «необходимо, основываясь на фактах и исторических свидетельствах, проследить логику развития того или иного явления культуры, понять его социокультурную обусловленность... история туризма должна рассматриваться в широком культурном контексте» [2, с. 24–25]. Непонятно, почему историю безоговорочно опрокидывают в прошлое, отождествляя ее с прошедшим временем. Время уходит безвозвратно, а история всегда присутствует в настоящем, которое воплощает прошлое, «снимает» историю и обеспечивает ей присутствие в будущем.

Общественная история – своего рода социокультурная эстафета поколений: достижения и проблемы, подобно эстафетной палочке, передаются в текущем времени человеческого бытия, связывая прошлое, настоящее и будущее в единый исторический поток. История явления – это не столько культурная память, сколько «информация к размышлению» над актуальными проблемами. Историей следует всегда интересоваться с прицелом на перспективу. Историк призван объяснять появление и развитие события, вписать его в конкретно-историческую реальность и показать, что изменилось в обществе в связи с историческим приобретением.

Нерационально, проследив историю туризма, разобравшись в причинах и обстоятельствах, породивших это явление, не попытаться установить характер влияния туризма на различные стороны общественной жизни. Сделавшись системным образованием социального бытия, туризм не мог не выразиться в последнем. История отдельного факта, частной жизни, как правило, завершается вместе с ними, если же речь идет о деятельности с социальным резонансом, пусть и начинающейся в приватном порядке, то история имеет продолжение. Отдельное, единичное обретает значение общего,

участвует в конструировании структуры социального бытия. Случайное становится необходимым.

Прежде чем определиться с предметом истории туризма, логично было бы дифференцировать «туризм» от родственных понятий, предшествовавших ему и соседствующих с ним. В противном случае исторический поход рискует быть неопределенным, а история получится с многочисленными отступлениями от предмета в сторону, размытой.

Г.Ф. Шаповал полагает, что «история туризма» – «наука, изучающая путешествия (походы, экскурсии), начиная с самых простых, наиболее элементарных в глубокой древности и до настоящего времени» [7, с. 3]. Определение не слишком удачное во всех аспектах: лингвистическом, историческом, логическом.

Искусство давать определения замкнуто на предельно возможную – без ущерба для содержания – лаконичность. Такие признаки, как «самое простое» и «наиболее элементарное», – тавтология, они растягивают определение без необходимости. В «глубокой древности» люди не участвовали в «экскурсиях», «походы» же были укладом их повседневной жизни – они постоянно мигрировали в поисках пищи. И сегодня пигмеи движутся кругами по местам обитания.

Наши предки действительно были путешественниками, но с уточнением – сами они этого не знали, путешествовали бессознательно. Наконец, когда определяется предмет истории чего-то, то это нечто и следует вводить в определение, пользуясь системообразующим признаком, либо называя искомое явление. Нелогично определять туризм через туризм, но логика не запрещает определять предмет истории туризма, используя термин «туризм».

Надо думать, что, подменяя «туризм» «путешествием», Г.Ф. Шаповал хотел представить путешествия как «предтуризм». Однако для такой операции требуется основание, оправдывающее ее возможность. Существующее мнение о продолжении в туризме истории путешествий не единственное и не бесспорное. Те путешествия, о которых говорит Г.Ф. Шаповал, к будущему туризму никакого отношения (по крайней мере существенного) не имеют – разные исторические эпохи: первобытное время и время цивилизации. Самое же значимое здесь то, что туризм возникал на собственной базе, и к развитию путешествий его история относится лишь в контексте традиционных социокультурных связей. История путешествий отчасти переросла в историю туризма, сохранив в то же время и собственную самостоятельность.

В Античную эпоху существовала практика поездок за знаниями к «посвященным» – египетским жрецам, греческим мудрецам, критским оракулам. Путешествиям данные визиты вряд ли соответствуют, так как путешественники отправлялись открывать для себя и других мир. Они производили знания, а не потребляли произведенные кем-то. Разумеется, поездки в соседние страны за знаниями не были массовым явлением общественной жизни. Знания, как считалось в то время, можно сообщить только знающим. Знающих и познавших вкус знаний не могло быть много. Всякое социальное начало ограничено в масштабе. Появлению первых «архаических туристов» способствовала раздробленность Эллады, потом Римской империи, средневековой Европы. Туристы той поры таковыми являлись по формальным признакам: перемещались в пространстве кратковременно, с возвращением – отсюда и «tour»; их целью было получение знаний, что нередко совмещалось с работой. Поездки таких «туристов» не всегда носили добровольный и легальный характер, но надо иметь в виду и историческую конкретность понятий «легальность», «добровольность».

С XI в. ряды туристов пополняли студенты. В Западной Европе открылись университеты, их количество и география быстро разрастались: в XIII в. их было 19, в XIV – 44, в XV – 80, в XVI – 180.

Все крупнейшие европейские университеты, кроме Московского и Берлинского, появились задолго до XVIII в.

История путешествий и история туризма – две разные истории. Они пересекаются, переходят в чем-то одна в другую, но надстраивать историю путешествий историей туризма не следует. Это ничего не дает ни в познавательном, ни в практическом планах.

Путешествия в свое время сыграли ключевую роль в совершенствовании картины мира, практическом освоении земного пространства. Из путешествий выросли научные экспедиции; научно-техническое оснащение вывело экспедиции в космос, планируются экспедиции в дальний космос. Путешествия и путешественники по-прежнему востребованы, но социокультурную значимость путешествий, даже с учетом включения в них экспедиций, заметно потеснил конкурент – туризм.

Очевидное преимущество туризма заключено в доступности, отработанной системой организации, что делает туризм массовым культурным явлением. Наше время – время доминирования в культурной жизни туризма. Организация туризма входит в число политических задач. В отдельных западноевропейских странах доступность туризма для массового пользования включена в социальные программы политики государства.

Социокультурное восхождение туризма открывает новые перспективы его исследования. История туризма, свободная от расширительной трактовки, позволяет лучше понять это явление.

Литературные источники отмечают, что научный (понятийный) аппарат исследования туризма сложился много позже практики туризма. Считается, что исходный термин «турист» первым использовал в начале XIX в. Педж, автор «Anecdotes of English Language». Переход к широкому использованию термина связывают с творчеством Стендаля, выпустившего в 1838 г. книгу «Записки туриста».

Указанные даты в качестве начала истории терминов «турист», «туризм» вызывают вопрос. Авторитетное издание «Искусство. Всемирная история» Стивена Фарсинга сообщает, что термин «гранд-тур» был впервые упомянут Ричардом Лассельсем в книге «Путешествие по Италии» (1670) и относится к путешествию по Европе, принятому в качестве части классического образования. Это был обычай, влиявший на многих художников и писателей того времени. Многие из этих богатых путешественников являлись подданными Великобритании и могли бы учиться в университетах на родине, но репутация английских университетов ухудшалась, в частности, потому, что в них было мало возможностей для изучения современных языков. В 1776 г., после своей поездки, шотландский экономист и философ Адам Смит заявил, что плохое состояние университетов привело его к гранд-туру, ставшему ключевым элементом его высшего образования. Богатые туристы, обычно сопровождаемые наставниками (именуемыми «медведь-лидер»), следовали установленными маршрутами. Первая остановка была в Париже, где англичане перенимали парижский стиль одежды и брали уроки фехтования, танцев, верховой езды и французской беседы. Им предлагалось также осмотреть коллекции произведений искусства Лувра и Тюильри, посетить Нотр-Дам де Пари и полюбоваться садами Пале-Рояля. Они покупали произведения искусства, чтобы увезти домой, и так распространялось влияние искусства. Остановки гранд-тура были в Турине, иногда в Милане. Во Флоренции их ждала самая известная галерея Уффици. После Флоренции туристы посещали Падую, Болонью и Венецию. «Кульминацией

Гранд Тур был Рим, где туристы исследовали классический город, оставшийся со времени античности и Цицерона. Основными местами посещения были музей Ватикана, Колизей и музей Капитолини, также важно было посетить занятие с местным художником. Туристы могли заказать мастер-класс британского художника, такого как сэр Джошуа Рейнгольдс (1723–92), который жил в Риме с 1750 по 1752 год. Прежде чем отправиться домой, туристы часто ездили в Неаполь, на археологические раскопки Геркуланума и Помпеи, которые начались в 1730-х годах. Артефакты, найденные при этих раскопках, оказали огромное влияние на пристрастие британцев к глиняной посуде и стилизованной мебели» [6, с. 256–257].

Среди участников гранд-тура было немало детей известных на весь мир англичан, в частности, сын Филиппа Дормера Стенхопа, графа Честерфилда (1694–1773). Наставнические письма графа своему сыну составили шедевр литературного творчества великого моралиста эпохи Просвещения. Они служат и источником представлений о туризме в Европе тех лет.

Версия о возникновении туризма из практики путешествий не должна утверждаться в качестве единственной на основании исторического следования и схожести. Не все то, что следует, происходит по причине того, что предшествует. Определенная связь между двумя историями, как уже отмечалось, есть, и ее следует рассматривать. Но имеются и не менее весомые отличия. Современный рационализм призывает исследователей избегать абсолютизации. Если даже существуют основания что-либо принять, то данное признание не содержит необходимость отрицания иных суждений.

Мы не ставим специальную задачу определить начало туризма во времени. У истории явления всегда есть предыстория. Где заканчивается становление и начинается развитие, не всегда можно четко зафиксировать во времени, но методологически важно разделить историю на время формирования явления и время его функционирования в качестве нового участника социальной истории, когда из факта истории явление делается силой – фактором развития истории.

Решающим условием подобных изменений выступает массовость и общественная организация природной потребности человека к перемещению в пространстве. С этой точки зрения началом действительной истории туризма целесообразно называть время возникновения гранд-тура. Туризм, по-видимому, – не продолжение, а исторический преемник путешествий. Он пришел на смену путешествиям как некогда путешествия сменили кочевья. Кочевали люди, чтобы выжить; путешествовать стали, чтобы больше знать, лучше жить; туризм стал образом жизни людей, способом их культурного развития в Новое время.

Социокультурные достоинства туризма не уменьшают исторической ценности путешествий. Сегодня и то, и другое актуально. Особая значимость путешествий заключена в расширении и углублении общечеловеческих знаний. Путешествия обогащают науку и культуру в целом – но настоящие путешествия требуют профессиональной подготовки и сопряжены с риском для здоровья и жизни. «Дикие» походы не следует отождествлять с классическими путешествиями: они не организованы, не страхуются, имеют низкий уровень безопасности.

В настоящее время только научные экспедиции выделяются своей сравнительно высокой организованностью и способны конкурировать с организацией туров авторитетными туроператорами. Они хорошо соседствуют с туризмом, но у них различные цели и социокультурный статус. Они – локомотивы общественного прогресса, туризм же – средство освоения открытий. С помощью туризма человечество конструирует

пространство своего мирного бытия, доказывает возможность жить сообща, в согласии, продолжает свою историю, органической частью которой сделалась история туризма.

Закономерность истории туризма проявляется в тенденциях. Тенденции развития туризма придают ему позитивную историческую значимость. В своем совокупном выражении они наращивают социокультурную силу туризма как важнейшего фактора современного общественного прогресса. Есть основания утверждать, что туризм сегодня – не просто фактор социального восхождения, а фактор возрастающего действия. Можно выделить следующие устойчивые направления в развитии туризма:

- стабильное распространение в географическом и геологическом – атмосфера, ближний космос – пространстве;
- совершенствование организации туристических услуг, диверсификация форм их осуществления, разнообразие содержания туров; возрастание массовости – социализация и гуманизация туризма;
- усиление социокультурного резонанса туризма, влияние туризма на интеграцию мирового развития;
- укрепление конкурентной способности туризма на рынке услуг.

Рейтинг представленных тенденций не равноценен, и в исторической динамике туризма статусное положение всех тенденций изменяется в зависимости от множества политических, экономических факторов. Для нормального развития туризма необходимо равновесное положение в конкуренции доминантных мировых сообществ. Оптимальное условие прогресса туризма – свободное движение интеграционных процессов. Глобализация, построенная на подчинении развития интересам отдельных мировых гигантов, может давать позитивный эффект для развития туризма, но только в пределах временных условных обстоятельств.

Туризму присуща глобализация, как, впрочем, и ряду других социокультурных феноменов, с той существенной разницей, что это принципиально иная глобализация, имеющая лишь формальное сходство с политической и экономической глобализацией. Глобализация туризма осуществляется в интересах человечества, политическая и экономическая глобализация – в интересах отдельных субъектов исторического процесса. Посредством глобализации туризма, выражаясь языком Гегеля, освобождается мировой дух, воплощаясь в деятельности и интересах людей как всеобщего субъекта истории. Глобализация в политике и экономике объективизирует частные интересы контролеров капитала.

Актуальность использования по отношению к туризму современных характеристик мирового развития подчеркивает его историческую значимость, свидетельствует о социокультурной перспективе туристической деятельности. Путешествия, оставаясь значимым явлением культурной жизни, продолжают собственную историю параллельно с туризмом. Туризм потеснил массовый вид путешествий как менее организованный, («самодеятельный»), комфортный, ограниченный по цели, рискованный. Говорить о современной конкуренции туризма и профессиональных путешествий – экспедиций – нет основания. Это явления различного культурного порядка. Их подобие чисто формальное.

Остановимся на анализе выделенных тенденций. Начнем со стабильности разветвления туризма в физических формах пространства, которое, напомним, представляет собою базовую составляющую пространственной организации общественного развития.

Путешествия массового вида подготовили культурную почву для появления туризма. Путешествия должны были уступить дорогу более совершенному способу освоения человеком физического пространства своего бытия. Развитие культуры требовало

цивилизованной организации перемещения людей в пространстве, целевого разнообразия, контекстного воплощения интересов; научно-технический прогресс и промышленная революция помогли с решением проблем с практическими средствами комфортного движения человека в пространстве. На первый план переместилось совершенствование организаций путешествий.

Туризм реализовал новые требования к организации массового передвижения людей в пространстве, привел их в соответствие с современными социокультурными запросами общества и развития личности, по-современному объективизировал идею, заложенную в путешествиях.

Условия путешествий удовлетворяли и были востребованы в конкретно-исторических обстоятельствах. Изменение социальной среды с необходимостью вызывает поиск адекватного способа удовлетворения новых потребностей. Складывается конкуренция качества предложений.

На стороне любителей путешествовать какое-то время оставалась большая свобода выбора варианта действия – маршруты туров в начале истории были ограничены направлениями. Так, одна из первых в Российской империи турфирм – фирма Леопольда Липсона, действовавшая с середины 1880-х гг., несмотря на звучную рекламу «Первое в России предприятие для общественных путешествий во все страны света», в действительности предлагала четыре программы туров: 40-дневную поездку в Италию, летний маршрут по итальянским озерам в течение 45 суток; путешествие в Швецию и Финляндию сроком на 20 дней и круиз по Дунаю, заканчивавшийся посещением стран Средиземноморья: Палестины, Египта, Италии и Франции. Акционерное общество «Иматры», которое отдельные исследователи называют родоначальником туристического российского бизнеса, также обеспечивало ограниченное число маршрутов.

Возникшие в конце XIX – начале XX вв. общества путешественников позволяли уже видеть много больше и в различных частях света. «Русское горное общество» под председательством директора Московско-Казанской железной дороги А.К. фон Мекка открывало путешественникам возможности побывать во многих интересных для личностного развития местах. Да и общение в нем с великими путешественниками и естествоиспытателями П.П. Семеновым-Тянь-Шанским, И.В. Мушкетовым, В.И. Вернадским, Д.Н. Анучиным само по себе было «путешествием» в мир удивительных знаний и поучительного опыта странствий. Но общества путешественников той поры в основном оставались элитарными организациями. Доступ в них требовал определенного общественного статуса, рекомендаций. Руководители Русского горного общества внесли весомый вклад в историю путешествий в горах, отечественного альпинизма; будучи просветителями, отчасти меценатами, они пытались сделать путешествия недорогими, хотя путешествия не были и массовыми тоже. Параллельно с горным обществом работали Русское географическое общество, Общество любителей естествознания, Российское общество туристов, объединявшее любителей путешествовать на велосипедах.

Перечисленные общественные организации целесообразно было бы причислить к переходному периоду, когда путешествия потеряли профессиональную монополию, стали проявляться в новой форме организации передвижения людей в пространстве – туризме. Этому во многом способствовал технический прогресс, в особенности в сфере транспортных средств.

За последнее столетие туризм в прямом смысле завоевал весь мир. Практически на Земле не осталось мест, в которые, при желании и платежеспособности, невозможно было бы отправиться в турпоездку.

Всемирная туристская организация (ВТО) определила 6 крупных регионов туризма: Европа; Америка; Азиатско-Тихоокеанский регион; Африка; Ближний и Средний Восток, включая Египет и Ливию; Южно-Азиатский регион. По всем направлениям статистически подтверждена положительная динамика. Исключение составляет Америка, где наблюдается стагнация. Как и у истоков туризма, больше всего посетителей приходится на Европу; в Европе по традиции лидируют страны Средиземноморья. Уже в 2001 г. Франция приняла 76,5 млн туристов, Испания – 49,5 млн, что существенно превышает население этих стран.

Современный туризм по главному признаку – организованности – заметно отличается от исходного состояния туристической деятельности. Вместе с тем следует еще раз подчеркнуть, что организация действий на всех этапах перемещения всегда была присуща именно туризму, выделяла туризм и позволяла туризму приобрести массовость. Более того, внутренние путешествия повсеместно пытались подвести как можно ближе к туристической форме организации. В частности, массовое движение путешественников в СССР, особенно культивируемое среди детей и молодежи, нередко представляли упрощенным туризмом.

Определенное подобие в этом, несомненно, было. Понятие «организация» не относится к тем, содержание и объем которых четко отграничиваются. Степени организации могут существенно отличаться в рамках явления, отвечающего основным признакам понятия. Примерами служат «экзотический», «приключенческий» туризм, «сафари». Уровень риска даже при условии максимальной организации тура сравнительно высок. Плановая, по возможности апробированная предварительная организация во всех разновидностях – критериальный признак туризма. А.А. Самойленко по поводу экстраординарных туров пишет: «Естественно, при разработке подобные маршруты тщательно «обкатываются» гидами, и только после вынесения заключения об их готовности по всем параметрам... включаются в актив туроператора» [5, с. 122]. Путешественники, как правило, путешествуют по картам либо руководствуются наставлениями «бывалых» коллег.

Становление современного организованного туризма связывают с Т. Куком, инициировавшим массовую поездку своих земляков по железной дороге из Ланкастера. Пятьсот семьдесят англичан – членов Общества трезвости в 1841 г. приятно провели так выходные дни, получили новые впечатления.

Поездка, послужившая точкой отсчета современной истории туризма, – не совсем классическая и с натяжкой может быть отнесена к туризму. Т. Кук был священником, филантропом и не ставил цель пополнить капитал за счет тура. Поездка не имела коммерческого значения. Сегодня такой подход представляется нетипичным, хотя практика социальных туров в Европе регистрируется.

На заре туризма услугами путешествовать с комфортом и пользой могли позволить себе лишь состоятельные особы. Целевых направлений было всего три: образовательные поездки; поездки для поправки здоровья и паломничества к святым местам. Особого разнообразия и качества услуг организаторы не гарантировали. Большинство вопросов решались на месте. На рубеже XIX–XX вв. туристский бизнес освоил две основные ниши туристического рынка: активно нарастал туризм для представителей высших слоев общества и туризм интеллигенции с культурно-образовательными целями.

До второй половины XX столетия туризм в основном раздвигал горизонты физического пространства; его влияние на конструирование социального пространства было незначительным. Причина – ограниченный доступ к туризму массового потребителя, вынужденного довольствоваться более простым видом перемещения – путеше-

ствиями. Нынешний этап туризма – это прежде всего новый уровень качества организации пребывания, многообразие направлений услуг, предварительные договоренности и ответственные гарантии, массовый спрос, благодаря богатому спектру предложений в широком диапазоне цен.

Кроме ставшего классическим деления туризма на внутренний и международный, сегодня принято выделять множество направлений туристической деятельности по такому признаку, как способ организации: плановый и самостоятельный туризм, социальный туризм. Последнему обещают хорошую перспективу как способу проявления консолидированных инициатив гражданского общества, государства, профсоюзов.

Организация социального туризма – наиболее эффективное средство строительства социального пространства. Этот вид туризма активно развивает отношения субъектов общественной структуры путем приращения социального опыта, усвоения культурных достижений, перестройки субъектных отношений.

А.А. Самойленко предлагает следующую классификацию туризма:

- лечебно-оздоровительный туризм,
- международно-железнодорожный туризм,
- морские и речные круизы,
- религиозный туризм,
- экологический туризм,
- приключенческий и экзотический туризм [5].

Классификация туризма А.А. Самойленко не совсем логична – используются различные основания деления, но для нас она важна как подтверждение выявленной тенденции развития туризма.

Возрастанию массовости туризма способствовала его социализация и гуманизация, обособление социального туризма стало исторически знаковым явлением, свидетельствующим об общественной актуальности туризма.

«Социальный туризм», набирающий силу в развитых странах Западной Европы, объективизировал в самостоятельной форме существования один из фундаментальных признаков, заложенных в потенциал туризма. Благодаря социальному туризму изменился статус туризма. Из способа удовлетворения личностных потребностей, т.е. условия бытия личности, формирования индивидуальности человека, туризм в XX столетии трансформировался в необходимый фактор общественного прогресса. Общество признало факт необходимости развития туризма в качестве необходимого фактора поступательности своего движения.

Туризм и раньше квалифицировался как созидательная сила, но масштабы и внутреннее состояние его не вызвали необходимости активного участия традиционных инструментов управления общественными отношениями в функционировании туристической деятельности. Общество и государство не воспринимали туризм как «инструмент социальной политики», оставляя организацию туризма в зоне ответственности личности и бизнеса за свое развитие. Переход феномена из области бытия человеческой индивидуальности в область прямых интересов общества – весомый аргумент в пользу его социальной действительности и разумности, шаг в будущее.

Специалисты определяют социальную форму туризма как разновидность туризма, субсидируемого из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для путешествия школьников, молодежи, пенсионеров, инвалидов, ветеранов войны и труда и иных граждан. Посредством социального туризма государство, негосударственные фонды, благотворительные организации включают наименее обеспеченные слои населения в активную общественную жизнь. С помощью развития соци-

ального туризма решаются минимум две важнейшие задачи: осуществляется социальная политика, направленная на консолидацию общества, и поддерживается социально активный тонус жизнедеятельности личности. Кроме того, социальный туризм является вкладом в выполнение обязательств Манильской декларации по мировому туризму (1980 г.), призвавшей рассматривать туризм формой реализации права этих социальных групп на отдых. Аналогичные рекомендации можно прочесть и в материалах Парижской конференции ОЕСД [8]. Социальный туризм отличается групповой формой реализации, что делает его эффективным средством совершенствования структуры социального пространства. Распад группы по окончании тура естественно ведет к утрате конкретности ее пространственного бытия, но сформировавшиеся межличностные отношения в группе и вне ее во времени, проведенном в туре, сохраняются и реализуются в базовой среде обитания, изменяя прежнюю конструкцию пространства жизнедеятельности личности, в особенности когда группа формируется из лиц, объединенных постоянным местом жительства.

Основным направлением социального туризма по праву считается приобщение к культурным ценностям, стремление удовлетворить познавательную потребность. Человек, наследуя «исследовательский рефлекс», всегда проявлял интерес к новому. Потребность человека в знании – естественная потребность.

Бесспорное преимущество туризма заключается в том, что интерес к туризму не ограничен ни одним из социально-биологических признаков человеческого бытия. Количество туристов прирастает независимо от возраста, пола, социального положения, профессиональной принадлежности, национальности. Единственное существенное влияющее на состояние динамики туризма обстоятельство имеет естественное происхождение – это сезон. Но и природные закономерности теряют силу по мере расширения географии туризма и условий организации туров. Все более популярными делаются маршруты, позволяющие «обмануть» родную природу, попасть из зимы в лето, осенью побывать в весне.

Туризм интернационализируется. Интернациональность туризма стимулирует транснациональные связи, очищает их от идеологических наслоений, заставляет политиков действовать осмотрительнее, учитывая требования населения. Примером могут быть «свежие» события на севере Африканского континента. Спровоцированные беспорядки в Египте, Тунисе, Ливии, Марокко, Йемене отражали интересы определенных политических кругов, за которыми стояли нефтегазовые компании, готовые признать кого угодно, лишь бы обеспечить благоприятный режим для собственного бизнеса. К власти пришли более целеустремленные, организованные, фанатичные религиозные объединения, стремящиеся создать исламские государства, предполагающие многочисленные запреты и ограничения на проявления светского образа жизни. Но перечисленные страны давно уже образовали «жемчужный пояс» в мировом туризме. Доходы от туризма потеснили остальные статьи национального дохода. Оказавшись перед реальной перспективой потерять бюджетообразующий источник, поддержку населения, для которого туризм сделался важнейшим элементом образа жизни и бизнеса, «братья-мусульмане» вынуждены отступать от своих радикальных намерений. Культурная диффузия, вызванная развитием туризма, сдерживает реакционные общественные силы, стабилизирует социальный прогресс в русле демократических и либеральных перемен. В результате совершенствуется организация социального пространства человеческого движения во всем диапазоне: от национального до общечеловеческого.

Транснациональная миссия туризма была подчеркнута в главном докладе «Туризм – панорама 2020 года» на 12-й Генеральной Ассамблее Всемирной туристической орга-

низации (Стамбул, 1997). Авторы доклада наряду с частными тенденциями туристического бизнеса – усилением конкуренции между регионами, концентрацией производства туруслуг и товаров, активизацией в продвижении капитала на зарубежные рынки туруслуг, модернизацией технологий туристической индустрии – отметили возрастание влияния туризма на различные аспекты социокультурного развития мирового сообщества: совершенствование образования, межличностных контактов, экологическое воспитание, приобщение к народным традициям.

В основном сбылись и прогнозы относительно тенденций эволюции туризма Комиссии Европейского совета, сформулированные в середине 1990-х гг., особенно в части роста и разнообразия молодежного, образовательного, культурного, спортивного движения. Устойчивый прогресс туризма обеспечил турфирмам стабильно укрепляющееся положение на рынке услуг и товаров.

Анализ исторических тенденций развития туризма свидетельствует об интеграции в туристической деятельности всех существенных сил человека – разумности, социальности, практического характера жизни. Физическое пространство служит объективным основанием изменений специфического пространства социального бытия: эволюции форм общности людей, прогресса в деятельности и отношениях социальных групп. Реальная общность людей в физическом пространстве – необходимое условие структурирования исторически конкретного социального пространства как бытия личности, так и всех форм ее ассоциативного выражения. Социокультурная ценность туризма обусловлена его специфической базовой функцией активно способствовать консолидации человечества путем интенсификации пространственной миграции. В конечном счете суть ее значения не во времени, а в самом факте бытия человека в других, но единых пространственных координатах.

Библиографический список

1. Власов В.Г. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т. Т. 1. СПб.: Азбука-классика, 2004. 576 с.
2. Воронкова Л.П. История туризма: Учеб. пособие. М.: Моск. психол.-соц. ин-т; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001. 303 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм: Учеб. М.: Финансы и статистика, 2004. 315 с.
4. Розов Н.С. Философия и теория истории. Книга первая: Прологомены. М.: Логос, 2002. 656 с.
5. Самойленко А.А. География туризма: Учеб. пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2006. 368 с.
6. Фарсинг С. Искусство. Всемирная история / Пер. с англ. М.: Мagma, 2012. 576 с.
7. Шаповал Г.Ф. История туризма: Учеб. пособие. Минск: Экоперспектива, 1999. 303 с.
8. Organization for Economic Cooperation and Development. Tourism. Policy and International Tourism in OECD Member Countries. Paris: OECD, 1980.

Degtyaryova A. V., Mishin Yu. D. Historical Tendencies in Tourism Development. This paper concerns the making of tourism from social life fact into social progress factor. The tendencies of tourism development and revision in their perception in public awareness and politics have been analyzed.

Key words: *tourism, historical tendencies, globalization, social space.*

Дегтерева Анастасия Владимировна – аспирант кафедры «Философия и культурология» СГУПС. Область научных интересов: социальная философия, туризм. E-mail: degtereva.anastasia@gmail.com