

Изучение общественного мнения посредством сети Интернет имеет как преимущества, так и недостатки, что необходимо учитывать. Еще одним вызовом является противостояние научного сообщества попыткам давления и манипуляций со стороны заказчиков социологических исследований. Коммерциализация или административный ресурс не должны влиять на итоговые результаты, проводимых исследований.

Библиографические ссылки

1. Василенко Л.А. Цифровой прорыв: достаточно ли умным в цифровом государстве будет публичное управление и насколько умны элита и граждане // Цифровая социология. 2021. Т.4. №3. С. 6–15.
2. Сорокина Н.Д. Роль и миссия социологии в современном обществе [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-missiya-sotsiologii-v-sovremennom-obschestve/viewer> (дата обращения: 01.10.2022).
3. Шпак Л.Л. Миссия социологии в обществе [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/missiya-sotsiologii-v-obschestve>. (дата обращения: 02.10.2022).

К ВОПРОСУ О ЗНАЧЕНИИ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ РАСШИРЯЮЩИХСЯ «МОБИЛЬНОСТЕЙ»: СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ДЖ.УРРИ

Т.В. Бурак

*Белорусский государственный университет,
Ул. Кальварийская, 9, 220004, Минск, Беларусь
sociology@bsu.by*

Автор использует социологическую теорию Джона Урри для интерпретации современных процессов и тенденций развития туризма. Изменяющаяся реальность социальных отношений проявляется в преобразовании туризма в мобильность, которая организована во взаимосвязях с другими формами мобильности, обусловлена изменением пространственно-временных границ межкультурной коммуникации, возрастающим значением визуального измерения путешествия и закреплением статуса путешественника как «очевидца-в-движении».

Ключевые слова: *туризм; массовый туризм; «мобильности»; посттурист; «взгляд туриста»*

На протяжении XXI века наблюдается тенденция популяризации туризма как формы досуга и отдыха, что сопровождается ростом экономических показателей туристской отрасли в разных странах (расходов и доходов от

международного и внутреннего туризма, количества туристских въездов, в том числе в страны с растущей экономикой и т.п.). Кроме того, туристская отрасль быстро восстанавливается в 2022 году, после периода ограничений, возникших в связи с распространением COVID-19 в 2020–2021 годах [1].

Для понимания процессов и тенденций развития современного туризма представляется применимой теория известного британского макросоциолога Джона Урри, которая обосновывает изменение влияния социального института туризма на поддержание социального порядка общества. И дело даже не в возрастающих потоках туристов в разные страны. Дж.Урри определяет общество начала XXI века понятием «жидкая современность» [2, с.138], подчеркивая тем самым возрастающее значение переплетенности разнообразных взаимодействий, движений и перемещений, новых сообществ и глобальной культуры. Новые мобильности, их Дж.Урри насчитывает около 12 форм, оказываются особенно востребованными в связи с процессами расширения межкультурной коммуникации, параллельно с которыми происходит стирание границ пространственных и временных. В его интерпретации мобильность – это скорее новая форма социальности, движущаяся (не только физически) в окружении других движущихся систем социальных отношений. И центром этой постсовременности, как полагает Дж.Урри, становится посттуризм как гибкая система перемещений, социальных связей и норм, определяющая изменения всех подсистем общества.

Современное путешествие, как следует из теории Дж.Урри, это уже не только физическое перемещение. Это скорее движение «в подвижной среде» или одна из мобильностей. Туризм как мобильность реализуется в системе социальных отношений, делающей перемещение возможным. А это обуславливает усложнение структуры отношений между элементами, между частью и целым в границах туризма и во взаимосвязях с другими мобильностями (например, с аэромобильностью или с серфингом в новых медиа). Физическое перемещение (путешествие) всегда вплетено в систему движения продуктов, товаров и услуг, денег, транспорта, информации, смыслов, людей, встреч и прочих ресурсов и субъектов. И конечно, функционирование современного туризма невозможно без использования новых информационных, технических и коммуникативных технологий. В совокупности перечисленного система туристической мобильности, очевидно, подвержена новым социальным рискам. [3, с. 207]

Еще одна важная черта нового типа туризма – устойчивая потребность людей в сопричастности, в со-присутствии. Смысл путешествия в той или

иной степени в том, чтобы стать очевидцем, чтобы оказаться непосредственным участником в отношениях с ситуациями, событиями, людьми и предметами. А это значит, что путешественник отправляется в поездку не только с целью отдыха, развлечений и восстановления, но и с тем, чтобы реализовать желание присутствия и со-присутствия, желание самому увидеть, услышать, ощутить и прочувствовать [2, с. 142-143]. Вместе с тем, как считает Дж.Урри, изменился статус путешественника в связи с преобразованием путешествия в процесс визуального восприятия. Теперь это не просто наблюдатель в ситуации, это уже «очевидец-в-движении» и потребитель.

Дж.Урри объясняет, почему определяющей «практикой в движении» [2, с.136], «проживанием-на-ходу» [4] и практикой визуализации современного туриста становится фотографирование. Путешествие сегодня невозможно без запечатления зрительных образов, поскольку большее содержание передают визуальные каналы восприятия, а эффект соприсутствия все больше основывается на требованиях зрелищности путешествия. Превращение фотоаппарата в продукт массового потребления только способствовала реализации этой потребности.

Путешествие, являясь новой формой глобальной мобильности, с помощью фотокамеры превращает взгляд одиночного туриста в непрерывный и многообразный «взгляд посттуриста». В книге «Мобильности» Дж.Урри неспроста использует этот термин. Он таким образом указывает на связь туризма с другими формами мобильности: ««туристический взгляд» помог создать мобильный современный мир» [4, с. 450]. И представляется логичным, что туристический взгляд становится закономерным продуктом практики фотографирования как фиксирования увиденного. В результате, туризм превращается в визуальное потребление мобильности, в котором места путешествия – это «фотографируемые аффективные места», а фотография – «язык мобильности», движущееся представление места [4, с. 451, 462]. Ведь фотография служит свидетельством соприсутствия, фиксирует движение и обеспечивает поддержание необходимого доверия.

Созданные фотообразы транслируют ощущение движения, видов, запахов, вкусов и формируют потребность посетить место. Так, фотокамера дает возможность существовать межличностной коммуникации даже там, где определяющим условием является дистанцирование и опосредованное общение [4, с. 330-332]. Следовательно, туристический взгляд, оформленный в тревел-фото, помогает восстановить воспоминания и

ощутить сопричастие в ситуации, месте, во взаимодействиях с людьми и предметами в тот момент, когда мы реально там не находимся.

Вместе с тем Дж.Урри обращает внимание на возникающие риски посттуризма. Здесь, прежде всего, речь идет о проблемах, свойственных массовому туризму. Во-первых, это потеря «искусства путешествия», поскольку групповые организованные туры, заранее разработанные и осуществляемые по заданному алгоритму, исключают возможность гибкого маршрута путешествия. Во-вторых, посттуризм не требует сознательного участия туриста и часто сопровождается снижением культурного сознания. В-третьих, унифицированный туристский опыт помещен в границы стилизованных мест, что превращает путешествие в комплекс практик потребления продуктов и товаров, мест и достопримечательностей, людей и взаимодействий.

Таким образом, теория Дж.Урри позволяет сделать вывод на перспективу: в условиях усиливающегося значения визуального измерения реальности, с одной стороны, и социальной неопределенности, обусловленной распространением COVID-19, с другой стороны, туризм может стать платформой возникновения новых форм мобильностей, компенсирующих невозможность путешествия и закрепляющих тенденцию усложнения связей многообразных мобильностей.

Библиографические ссылки

1. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. 2022; 20(2). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometerrus/20/2https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>. (дата обращения: 14.04.2022)
2. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация// Массовая культура: современные западные исследования. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. С. 136 – 150.
3. Урри Д. Мобильности //Мониторинг общественного мнения № 5 (111). Сентябрь-октябрь 2012. С. 197-252
4. Урри Д. Мобильности. М: издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2012. 576 с.