

УДК: 379.85 (5-191.2)+1(5-191.2)

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОГО МИРА И РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВ И ТЕРРИТОРИЙ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ (ОПЫТ ФИЛОСОФСКОГО АНАЛИЗА)

В. П. Шалаев

Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола, Россия

Аннотация. Туризм, являясь интегративной сферой общественной жизнедеятельности, организует потребление человеком различных ценностей, тем самым влияет через это потребление на формирование его сознания и поведения. В статье анализируется социальная и экономическая роль современного туризма.

Ключевые слова: глобализация, туризм, массовая культура, функции туризма.

TOURISM AS A FACTOR OF SOCIAL WORLD AND DEVELOPMENT SOCIETIES AND TERRITORIES IN CENTRAL ASIA (EXPERIENCE OF PHILOSOPHICAL ANALYSIS)

V. P. Shalaev

Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola, Russia

Abstract. Tourism, being an integrative sphere of social activity, organizes the consumption of various values by a person, thereby influencing the formation of their consciousness and behavior. The article analyzes the social and economic role of modern tourism.

Keywords: globalization, tourism, mass culture, tourism functions.

Нет сомнений, что туризм и туристическая индустрия сегодня стали важным фактором западофицированной формы глобализации, но в то же время и обретения собственного пути отдельными странами и народами в их социально-экономическом и культурном развитии. Для региона Центральной Азии (как, впрочем, и для любого другого) туризм — прекрасный показательный пример социальной самоорганизации общества, попавшего в трудную производственную, жизненную ситуацию, и в то же время образцовый пример «взорвавшего» мир фактора глобального общества потребления [4; 5]. Современный туризм в силу достигнутых им масштабов с момента обретения миром с подачи Запада и его экономических интересов глобализационного тренда, наверное, начиная с послевоенной истории (70–90-е годы XX века), постепенно превратился поистине в глобальный социальный институт с присущими ему свойствами. Экономическая экспансия Запада наряду с ростом потребления и гедонизма западной цивилизации, входящей в пространство общества потребления, начал активно завоевывать все новые пространства отдыха, путешествий и развлечений по всему миру.

Вместе с непрерывно растущими потребностями западного человека в отдыхе и развлечениях, его интересом к ближневосточным, азиатским, африканским, южноамериканским территориям отдыха и развлечений в эти регионы хлынул западный туристический и отельный бизнес, принесший с собой западные инвестиции, технологии и стандарты жизни. Соединившись с существенной дешевой местной рабочей силой, прекрасными природными (курортными) условиями, недорогой пищей, оригинальной товарной ремесленной массой, этнической культурой и т. д., этот процесс и может считаться сегодня главным фактором становления весьма сложной мировой системы туризма и гостеприимства со многими ее постоянными и переменными ресурсами воспроизводства и развития [3].

Соединившись, экономическая форма глобализации и общество потребления в их западной форме, движимые западным капиталом, устремленным к новым мировым прибылям, и нарастающий потребительский гедонизм человека на Западе, как нам представляется, стали главными факторами, двинувшими туризм из фазы внутреннего и регионального в фазу мировой туристической индустрии. Соединившись с западными инвестициями, туризм обрел формы крупного и глобального бизнеса. Он существенным образом повысил свой статус среди ценностей современного общества. Он обрел свои научные основы и подготовку массовых специализированных кадров. Он, наконец, перешагнул границы национальных и континентальных территорий, превратившись в сетевое глобальное предприятие, охватившее весь мир. Именно этим он, несомненно, стал предметом большой политики, за которой стоят большие деньги и национальная безопасность стран, народов и многих территорий мира. Туризм действительно стал мировым феноменом, в котором не только нуждается человек (особенно массовый человек экономически состоятельных и урбанизированных стран), но и который стал движителем в развитии, пусть и узкоспециализированном, многих территорий и стран, его развивающих.

В самом деле, например, активно путешествующие пенсионеры западного общества — несомненно, один из наиболее показательных примеров такого нового институционального статуса туризма. Путешественники не только оздоравливают и развивают себя весьма приятным образом, но и продляют себе социальную активность, сопряженную с активизацией денежного обращения и инвестиций в сфере легкой промышленности и услуг в современных обществах, наладивших туристическую индустрию. Эти путешествия — важный экономический фактор развития многих территорий в мире, фактор инвестиций и занятости населения. Путешественники и отдыхающие — существенный источник доходов в сфере легкой промышленности, услуг, который, обращая денежную массу в межсекторном общественном пространстве, обеспечивает работу и доход огромной (на сегодня) части населения, миллионам людей активного трудоспособного возраста, вовлеченных в эту сферу [3].

Эту же функцию обращения денежной массы выполняют и все другие категории отдыхающих и путешествующих людей, которые, реабилитируя себя таким образом, восстанавливая свои психофизические, духовные и интеллектуальные ресурсы, в том числе и как трудовые ресурсы своих стран, становятся важными донорами развития производства и сферы услуг, а через нее — и экономики целых стран и территорий мира [2; 3]. Это мы видим на ярких примерах стран, находящихся на экономическом подъеме своего развития, подобных Турции или Таиланду, или до недавнего времени Египту и Тунису и т. д. Все они специализируются на создании привлекательной среды отдыха, востребованной широкой массой активной части населения западных стран (прежде всего богатых стран Западной Европы) и стран постсоветского пространства, приемлемой для этой массы людей своим качеством и его денежным эквивалентом.

Реабилитационным целям служат все виды туризма (курортный, культурно-исторический, познавательный, экологический, сельский), образовавшие сегодня не просто совокупность, но организованную систему туризма — туристическую индустрию, производящую товары и услуги в масштабах индустриального, массового производства товаров и услуг, ставшую объективным отражением возросшей массовой потребности человека в отдыхе и реабилитации, охватывающую буквально все категории населения современных урбанизированных стран и подсевших на консьюмеризм (потребление) поколений развитых стран мира.

Главными потребителями продукта индустрии туристических услуг во всем мире стали жители именно средних и больших городов, представляющие всю палитру различных социальных групп общества. Они нашли друг друга — массовый потребитель и массовый производитель благ и услуг, и, видимо, надолго, как и сама адекватная нам городская цивилизация, разорвавшая мир человека на противостоящие друг другу части — человека и природу, производство и потребление, труд и отдых. Прекрасный пример симбиоза потребности и услуги, города и организованного туризма. Почему именно городская цивилизация и туризм? Повторимся: все дело в резко возросших опасностях и рисках жизни (физических, психологических, культурных), имеющих благодатную почву для воспроизводства и распространения именно в урбанизированной, мультикультурной, искусственной, техногенной по своей сути среде современных городов. И речь здесь идет не только о негативном влиянии внешней загрязненной среды, но и о влиянии фундаментальных психологических и социальных факторов, связанных с плотностью населения, ритмами жизни, психологическими перегруз-

ками, стрессами, разрывом социальных связей, одиночеством человека в городе, превращающем людей в абстрактных индивидов и т. д.

В среде жизнедеятельности современных городов жители непрерывно пребывают в чуждом, агрессивном их психофизическому состоянию (как биологических, природных существ) пространстве материальных факторов, но также и в чуждом, агрессивном их духовному состоянию масскультурных факторов. Не только техногенный, но и грязный и агрессивный масскультурный ландшафт города непрерывно воспроизводит нездоровые феномены и формы цивилизационной и культурной жизни, требующие от человека высокой затраты сил на их преодоление и нейтрализацию.

Принципиальный критический диагноз жизненной среды человека в современных городах весьма сущностно был описан, например, в этологии ее создателем К. Лоренсом, автором исследований, проведенных в известных работах «Агрессия» и «Семь смертных грехов цивилизованного человечества». Под влиянием развивающейся цивилизации люди, оторванные от природы и традиционной поддерживающей человека здоровой духовной культуры, ею рожденной, эти люди, оторванные от позитивного для человека телесного и духовного влияния и реабилитирующего воздействия, стали главным потребителем услуг, производимых создаваемой туристской индустрией. Пытаясь защититься от стрессов искусственной средой городских парков и развлечений, скверами, комнатными растениями и оранжереями, человек ясно осознает их ограниченную реабилитирующую силу, прежде всего из-за их ограниченного объема и из-за высокой плотности и конкурентности населения, их потребляющего. Эти жители видят во внешней природной и внешней духовной культурно-исторической среде важный ресурс и фактор одного из самых действенных своих врачей [2; 3].

При этом туризм — это не только туриндустрия или массовое производство услуг, возникшее на основе массовой же потребности различных категорий населения (активное трудовое население, пожилые люди, молодежь, семьи, дети и т. д.) в реабилитации и дополнительном развитии. Туризм стал важным терапевтом миллионов современных людей, встроены в цивилизацию массового производства и массового потребления нашего времени. Туризм не только реабилитирует человека психофизически, восстанавливая естественные связи с природой и культурой, — он реабилитирует человека и экзистенциально, на этапе его чувств, эмоций и социальных ценностей и смыслов.

С философской точки зрения для нас нет сомнения, что туризм — важный фактор экзистенциальной реабилитации современного человека, попавшего в условиях современной цивилизации и массовой культуры в ситуацию отчужденного человека (К. Маркс), человека с комплексами неполноценности (З. Фрейд), одномерного человека (Г. Маркузе). Человека, который объективирован (Н. Бердяев), лишен свободы (экзистенциализм Ж. П. Сартра), манипулируемого, конструируемого человека (постмодернизм Ж. Бодриера), одинокого (Э. Фромм). Человека, который попал в ситуацию разрушения традиционных, поддерживающих и защищающих социальных институтов (семья, религия, кровное родство...), человека, попавшего в ситуацию разорванных социальных связей, индивидуализма и эгоизма как доминирующих образцов поведения, поддерживаемых масскультурой [5]. Туризм имеет дело с врачеванием человека, который в конечном счете превращен современной цивилизацией и культурой в репрессивное существо (Г. Маркузе). Туризм, несомненно, способен врачевать этого человека, выводя его за рамки отчуждающего, объективирующего пространства в пространство природных и культурных компенсаций [3].

Здесь самое время поставить вопрос о социальных функциях туризма в современном обществе. Нам представляется, что есть как минимум два подхода. В широком смысле, в том числе, например, и философском смысле социальные функции туризма связаны с положением, местом и ролью туризма в системе общества как нового социального института, существенным образом влияющего на стабильность общества в его современной форме. И, как правило, здесь под туризмом понимают сферу общественной жизнедеятельности, необходимую для общества в части обеспечения этого общества определенного вида деятельностью (производством и потреблением), необходимой для устойчивого существования этого общества.

Исходя из этого, социальные функции туризма — это функции, связанные с тем, что общество сегодня немыслимо без индустрии туризма как особого вида деятельности, в единстве внутренне взаимосвязанных ее частей — информационных, транспортных, отельных сетей, сети туристских агентств, сети питания и шопинга, культурно-исторических и развлекательных центров и музеев, центров психофизической реабилитации, оздоровления человека и т. д. В широком смысле социаль-

ные функции туризма в том, что это специфическая форма деятельности, рождающаяся в обществе объективно, из реальных потребностей человека. Поэтому можно говорить о туризме как о неотъемлемой составной части глобального общества массового производства и массового потребления, именно как об индустрии массовых услуг и массового потребления [4; 5]. Этот симбиоз поддерживается процессами управления и регулирования в сфере большой политики и большого бизнеса.

С другой стороны, в узком смысле социальные функции туризма заключаются в несомненном положительном социальном действии туризма и его различных сфер. Мы не должны, например, забывать о вопросах психофизической реабилитации и восстановления сил человека, о познавательных и воспитательных эффектах туризма, его экономических и культурных эффектах. В этом смысле индустрия туризма может и должна рассматриваться нами как социальный врачеватель, социальный работник, культурный воспитатель, экономический и культурный деятель, расчищающий авгиевы конюшни современной унифицирующей цивилизации с ее негативными социальными последствиями для человека и общества. С этой точки зрения индустрия туризма предстает перед нами не просто как необходимая форма социальной деятельности человека в развивающемся обществе, но как конкретное производство и конкретное потребление в их различных видах. В том числе в виде производства и потребления конкретных товаров и услуг. В данном случае мы говорим о туризме и туристической индустрии как о виде конкретной психофизической и духовно-культурной реабилитации человека в современном обществе (в том числе в форме туризма познавательного, курортного, оздоровительного, культурно-исторического, экологического, сельского и т. д.).

Единство общего и узкого понимания туризма позволяет утверждать, что туризм — это новый социальный институт современного урбанизированного и глобализированного общества. Туризм как новый социальный институт общества есть устойчивая система социальных связей и ценностей, обеспечивающих устойчивую жизнедеятельность человека и общества. Она может быть представлена, например, сложившимся единством государственной политики, производства товаров и услуг, разнообразных видов туристского бизнеса, туристского права, специального туристского образования, туристских научных исследований, ценностей общества потребления, туристской мифологии и т. д.

Обобщая социальные функции туризма в узком научно-практическом смысле, в целом мы выделяем следующие.

Функции общественного производства и услуг в туризме:

1. Экономическая (инвестиционная) функция, связанная с привлечением инвестиций на туристские территории.
2. Функция производственная, связанная с производством конкретных товаров и услуг.
3. Функция труда и занятости населения, привлекаемого для обеспечения индустрии туризма.
4. Функция национальной безопасности, заключающаяся в том, что туризм — важный фактор политического, экономического, культурного влияния общества на человека и влияния различных обществ друг на друга. Этот фактор интегративный и может быть описан в категориях геополитики, гекоэкономики, геокультурных процессов и их влияния на безопасность общества и человека, меняя его потребности, интересы и ценности.

Действительно, туризм, являясь интегративной сферой общественной жизнедеятельности, организуя потребление человеком различных ценностей, способен влиять через это потребление на формирование сознания и поведения, но также влиять и на движение существенных материальных и денежных ресурсов, которые тратятся и потребляются в ходе туристской деятельности. Например, можно говорить о несомненной роли туризма в развитии экономики своей (внутренний туризм) или чужой страны (зарубежный туризм), где осуществляется отдых. Или о политическом влиянии туризма на взаимоотношения стран, симбиотически связанных экономическими интересами, порождаемыми обменом туристскими потоками друг с другом и т. д.

Функции индивидуального потребления в туризме:

1. Функция психофизической реабилитации, терапии и отдыха человека.
2. Познавательно-информационная функция туризма.
3. Функция духовно-культурного развития и воспитания человека.
4. Функция экзистенциальной реабилитации человека.
5. Потребительская функция (покупки, шопинг, развлечения).

В целом эти группы функций показывают нам, что правильно выстроенная профессиональная деятельность в сфере туристической индустрии, несомненно, может стать важным фактором не только экономического развития регионов и стран, имеющих дефицит нетуристических ресурсов жизни, например для промышленного развития, но и важным фактором реабилитации и развития страждущего человека городской цивилизации (прежде всего отчужденного работника больших и средних городов). Но вместе с тем туризм — не только фактор реабилитации человека современной цивилизации, а и своеобразная форма его самозащиты от унифицирующего эксплуатирующего влияния этой современной цивилизации и массовой культуры. Это также важный фактор связи человека и природы, связи времен в исторической жизни человечества.

В ситуации, когда растут значение и роль индустрии туризма в современном глобализирующемся обществе, туризм из просто отрасли экономики становится новым социальным институтом, значение которого в обществе сопоставимо с институтом образования и воспитания. Социальные функции туризма имеют важнейшее значение для устойчивого существования общества в современных условиях. При этом сама индустрия туризма в силу своего межотраслевого характера может рассматриваться как система повышенной сложности (и даже гиперсложности). Среди элементов этой системы — такие подсистемы культурного и цивилизационного характера, как продовольственная, музейная, гостиничная, туроператорская и турагентская, транспортная, подсистемы безопасности, природной рекреации, образовательная, рекламная, правовая, бизнеса и другие. В то же время, имея столь много питающих его деятельность подсистем, туризм в современном мире находится и на стыке многих региональных и мировых геополитических интересов и процессов, в том числе геополитических, геоэкономических, геокультурных, геообразовательных, геоэкологических и др. Туризм из просто сферы общественной жизни постепенно превратился в сферу национальной безопасности общества. Туризм стал модусом захватившего мир глобального общества потребления [2; 3; 5]. Его культурное, политическое и экономическое влияние трудно переоценить.

Вместе с этим гиперсложным состоянием туризм обрел и свою главную проблему — повышенную чувствительность к внешним и внутренним воздействиям природной и социальной среды. Задачи большой политики — содействовать минимизации этих рисков с целью сохранения и развития связанных с интеграционными возможностями туризма синергетическими эффектами в развитии различных сфер, государств и территорий.

Все это может быть описано синергетическими эффектами «наоборот» в развитии туризма. Общество не только вкладывается в туризм, рассчитывая на выполнение им важнейших социальных функций, но и само все больше зависит от туризма, от его социальных функций. В ситуации гиперсложности, гипернапряжений современного общества туризм может быть определен как важнейший из модусов глобального общества массового производства и массового потребления. Туристическая индустрия со временем превратилась в важнейший элемент внешней и внутренней социально-экономической стабильности и устойчивого развития общества в глобализирующемся мире.

Развитие туризма в зоне соприкосновения цивилизаций и культур Центральной Азии, в том числе в культурно-природно-цивилизационной зоне Западной Сибири и Монголии имеет свою специфику и свое особое значение. Прекрасная природа и наличие древних материально и духовно богатых культур на этой территории являются прекрасным ресурсом развития туристической индустрии первого порядка. Но при этом инфраструктура туризма (коммуникации, гостиничный сектор и сектор питания, музеи, центры отдыха и развлечений, материальные и духовные памятники этих мест и т. д., все то, что в совокупности называется туристской дестинацией, или турпродуктом) требует кропотливой наполненности государственными и частными инвестициями и организационной и творческой деятельностью. Вместе с тем развитие туристских дестинаций в приграничных районах, например России и Монголии, может стать важным фактором привлечения инвестиций, занятости и социально-экономического развития этих территорий. Как для Монголии, так и для приграничных территорий России, в условиях глобализованного общества сложилась уникальная ситуация стать новым туристским кластером Евразии, открытым большому миру.

Наличие уникальной природы, оригинального и древнего материального и духовного наследия выступает в качестве ресурса первого порядка, привлекательного для современного глобализованного потребителя развитых стран и территорий мира, прежде всего близлежащих (для состоятельных потребителей Китая, Японии). Существующая статистика констатирует, что в развитых стра-

нах мира расходы семей на путешествия и туризм занимают 3-е место после расходов на еду и жилье и достигают 19% [1]. Нет сомнений, что значительный процент этих семей проживает в урбанизированных и богатых городах современного Китая и Японии. Потребитель, таким образом, тоже есть, и весьма недалеко. Дело за малым. Необходима целостная взаимовыгодная межгосударственная программа (между Россией и Монголией) по развитию центральноазиатских приграничных дестинаций как условие запуска этих территорий в пространство глобального туризма. Нет сомнений и в том, что в таком качестве туризм способен выступить важным фактором стабилизации и укрепления межкультурного и междивизиационного мира, потребность в котором возрастает.

Библиографический список

1. Зюляев Н. А. Туризм и экономическая безопасность // Socio Time / Социальное время. 2015. №3. С. 48–57.
2. Шалаев В. П. Индустрия сервиса и туризма — модус глобального общества потребления // Вестник МГУС. 2008. №2. С. 96–105.
3. Шалаев В. П. Туризм как новый социальный институт в глобальном обществе потребления // Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов. Йошкар-Ола, 2015. С. 9–27.
4. Шалаев В. П. Глобализация как западофикация и колонизация мира и эпилог западной оси мировой истории // Socio Time / Социальное время. 2015. №2. С. 50–59.
5. Шалаев В. П. Осторожно, мутация: человек и общество перед вызовами глобализации, западофикации и потребления: противоречия нарастают // Socio Time / Социальное время. 2015. №3. С. 48–57.

References

1. Zyulyaev N. A. Tourism and Economic Security // Socio Time / Social Time. 2015. №3. P. 48–57.
2. Shalaev V. P. Industry of Service and Tourism — modus of the global consumer society // Vestnik MGUS: scientific journal. — M.: MGUS. 2008. №2. P. 96–105.
3. Shalaev V. P. Tourism as a new social institution in the global consumer society // Tourism as a factor in the modernization of the economy and the development of regions. Yoshkar-Ola: Perm State Technical University, 2015. P. 9–27.
4. Shalaev V. P. Globalization as a Westernization and Colonization of the World and the Epilogue of the Western Axis of World History // Socio Time / Social Time. 2015. №2. P. 50–59.
5. Shalaev V. P. Mutation caution: man and society in front of the challenges of globalization, Westernization and consumption: contradictions are growing // Socio Time / Social Time. 2015. №3. P. 48–57.