

О.В. Лысикова

СОВРЕМЕННЫЕ ТУРИСТЫ И МЕСТНЫЕ ЖИТЕЛИ: СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В статье рассматриваются социальные практики взаимодействия туристов и местных жителей в широком диапазоне коммуникаций от солидаризации до отчуждения. Анализ интеракций основывается на эмпирических данных, полученных в ходе анкетного опроса клиентов турфирм; интервью с местными жителями и отдыхающими курортного поселка. Предлагается двусторонняя симметричная модель коммуникаций, включающая три типа интеракций: симпатия (практики солидаризации) — равнодушие (практики индифферентности) — неприятие (практики отчуждения).

Ключевые слова: *туристы, местные жители, социальные практики взаимодействия, пространственная мобильность.*

Key words: *tourists, local residents, the social practices of interaction, spatial mobility.*

Миллионы наших современников активно путешествуют, совершая турпоездки в период отпусков, на уик-энды, совмещая отдых с бизнесом, образованием, наукой, творчеством, хобби. Любой турист является жителем конкретной местности, но на отдыхе он реализует отличные от местных жителей функции, оставаясь носителем образа своего отечества, места проживания. Туризм является агентом культурных преобразований, регулирования социальных практик взаимодействия акторов — туристов и местных жителей. Современные люди живут в подвижности, гражданин глобального социума мигрирует по планете, реализует право проводить досуг и «потреблять» различные места, демонстрируя социальную установку на космополитизм по отношению к другим культурам, сообществам, акторам. З. Бауман пишет о том, что постмодерн перевернул соотношение оседлых и бродяг: «...жители пробудились, стали перемещаться, чтобы найти свое место — место на земле, место в обществе, место в жизни... Мир сам себя перекраивает по мерке бродяги» (Бауман 1995: 146). Рассуждая о современном «синдроме туриста», З. Бауман видит значение туризма в обеспечении платформы для исследования различий и непохожести. Социолог

стремится идентифицировать этическую природу такой социальной деятельности, как туризм (Franklin 2003: 205).

Целью статьи является анализ социальных практик взаимодействия современных туристов и местных жителей в широком диапазоне коммуникаций. Методологическим основанием служат социологические теории туризма, практик, мобильности, потребления. Мы исходим из посыла, что различные интеракции туристов и местных жителей способствуют анализу процессов социальной интеграции и солидаризации, исключения и неравенства, формирования жизненных стилей и конструирования стратегий индивидуальных и коллективных действий, поддержания межкультурных коммуникаций.

Взаимодействие туристов и местных жителей в поле социологического дискурса

Интерес западных социологов и антропологов к социальным практикам туристов прослеживается с 1970-х гг., что позволило социологическим концептам «туризм» и «турист» обрести четкие методологические основания. Идеи исследователей обусловлены качеством приобретаемого человеком в путешествии опыта, в котором учитываются различия между самим туристом и «другим», выявляются сходства и особенности взаимодействующих сторон, конструируется саморепрезентация в процессе путешествий. Ведущей темой становятся процессы коммуникаций туристов с местными жителями и их культурные последствия. Особое внимание отводится социальному и культурному влиянию практик мобильности на самих туристов. Исследования 1970-80-х гг. представляют туристов ведущей силой по отношению к местному сообществу — «аборигенам» туристских дестинаций.

Идентичность как фундаментальная социальная проблема в фокусе туризма и путешествий исследуется в работах В. Галани-Мутафи: нарративы путешествий, этнографические данные, туристский дискурс способствуют самооткрытиям и самопрезентациям в качестве результирующих «пристального взгляда туриста» к другим местам, людям, объектам, событиям. В данных практиках эмпирическим путем сравнивается сам турист с местными жителями и другими туристами. Образы туристов и путешественников не обязательно достигают того типа самосознания, который свойственен антропологам, вглядывающимся в «другого» (Galani-Moutafi 2000: 221). Обозначение различий и непохожести вовсе не является результатом путешествия, которое предполагает обращение к ранее сконструированным образам «другого». Современные прикладные исследования подтверждают практическую значимость концепции общности В. Тернера, согласно которой в ходе смены обстановки человек отходит от традиционного для него жизненного уклада. Этот процесс включает несколько этапов: разделение (добровольное дистанцирование от своей социальной группы); выход за рамки (отступление от критериев повседневной жизни, возникновение чувства общности с людьми в подобном положении); реинтеграция (возвращение в свою социальную группу, обычный уклад) (The Anthropology of Experience 1986). Как полагает Дж. Урри, сильнейшим побуди-

телем к путешествию является «потребность в близости», важность общения и поддержания сообщества (Урри 2005: 142).

По результатам исследования в Словении М. Амбро делает вывод, что туристы играют важную роль в процессе культурного взаимодействия. Эскапизм является компонентом постмодернистской структуры поведения туристов, стремящихся уйти из мира своей повседневности в поиске новых впечатлений. Эти стремления зачастую нарушают спокойствие местных жителей, которые опасаются посягательств на свой жизненный уклад, транспортных проблем, загрязнения окружающей среды. С развитием туризма местные жители связывают свои ожидания в производстве и получении более качественных услуг, в развитии и освоении новых профессий, лучшего будущего для молодого поколения. Отношение местных жителей к туристам зависит от конкретного места и общего восприятия воздействия в локальных границах (Ambro 2008: 72). Согласимся, что феноменологическая концепция Дж Урри, З. Баумана, известная как «туристический взгляд», наряду с теорией ускорения мобильности, является основополагающей в формировании конструктивного взаимодействия местных жителей и туристов.

Интеракции туристов с местными жителями: локальные практики

В академическом дискурсе доминирует мнение, что доброжелательные отношения между местными жителями и туристами имеют большое значение для устойчивого развития туризма. Наряду с положительным социальным влиянием туризма (обеспечение занятости населения, рост доходов, повышение качества жизни, сохранение культурных традиций) имеет место негативное воздействие туризма, в том числе последствия конфликтов между туристами и местными жителями. Современные практики их взаимодействия активно транслируются и интерпретируются СМИ.

Позитивным образцом является организованная по инициативе мэрии Нью-Йорка акция «Спроси у местных» с целью привлечения внимания общественности к обеспечению высокого уровня гостеприимства. На автомагистралях, в аэропортах, других транспортных узлах города размещены биллборды с узнаваемыми лицами голливудских звезд Роберта де Ниро и Джулианы Мур, приглашающих туристов ознакомиться с достопримечательностями города. В обращении мэра Нью-Йорка к местным жителям прозвучал весомый аргумент: если бы не доходы от туризма, то на развитие города следовало бы отчислять с каждого домохозяйства 954 доллара ежегодно. Данная социальная практика представляется конструктивной в силу поддержания концепта устойчивого туризма в интересах всех акторов.

Негативным примером служит получившая распространение такая социальная практика: информационные агентства в сентябре 2007 г. сообщили о том, что туристы-самоубийцы выбирают Швейцарию. Законодательство этой страны признает легальность помощи в добровольном уходе из жизни смертельно больным людям. Данная юридическая норма привлекает в Швейцарию иностранцев, которым помогает умереть организация Dignitas, снимающая обычные квартиры в жилых домах Цюриха, что не может не беспокоить мест-

ных жителей, высказывающих жалобы на постоянное присутствие в их повседневной жизни скорбных впечатлений. Целерациональная деятельность «обремененных туристов» вступает в противоречие с повседневными практиками местных жителей, ставит под угрозу их социальное здоровье и благополучие.

По итогам своего исследования Б. Куинн убедительно доказывает, как потоки туристов в Венецию вытесняют местных жителей, один из самых посещаемых городов мира становится мало приспособленным для спокойной повседневной жизни. Если население в историческом центре города в 1950 г. составляло 187 тысяч человек, то к 2000 г. снизилось до 70 тысяч. К основным проблемам относятся невозможность трудоустройства вне сферы туризма и гостеприимства, снижение качества жизни из-за активизации транспортных потоков, низкий уровень общественной доступности к культурным достопримечательностям. Венеция принимает ежегодно около 2 млн. туристов или до 100 тысяч человек ежедневно. Соотношение местных жителей к туристам достигает 1:50, местных жителей к экскурсантам — 1:175. Опросы местных жителей свидетельствуют, что связанные с туристами проблемы воспринимаются как более обременительные, чем риск периодических наводнений. Венецианцы ощущают себя культурным меньшинством, живущим в своего рода Диснейленде, наблюдающим за туристами в купальных костюмах на ступенях церквей, за экскурсантами, блокирующими пешеходные маршруты ради панорамной фотографии. Город живет в амбивалентном состоянии любви-ненависти к туризму — перманентном конфликте жизни за счет туризма и выживания ему вопреки. В 2002 г. Б. Куинн провела в Венеции анкетный опрос местных жителей (N=158): 28 % респондентов признали свою экономическую зависимость от туризма; 11 % сообщили о непрерывных контактах с туристами; 61 % заявили, что сталкиваются с туристами по всему городу. Обобщив ответы респондентов (N=89) на открытые вопросы, Б. Куинн выделила три группы влияний туристов на образ жизни венецианцев: пространственно-временная мобильность, общий комфорт и удобство, доходы и занятость (Quinn 2007: 462–465). Таким образом, мобильность местных жителей разворачивается в тандеме с мобильностью туристов.

Обращаясь к опыту Венеции — музея под открытым небом и туристского центра, Фонд Ромуальдо дель Бьянко во Флоренции выступил с получившей общественный резонанс инициативой. Сотрудники Фонда выразили озабоченность, что Флоренция повторяет сценарий развития Венеции: город предлагает все меньше возможностей для местных жителей и все больше услуг для туристов, что сдерживает желание флорентийцев жить в родном городе. Содержание Меморандума «Жизнь вне туризма» предлагает налаживать межкультурный диалог в поисках нового смысла и нового стиля туризма, не сводимого к потребительским практикам. Реализации в 2008–2013 гг. проекта «Жизнь вне туризма» оказывают содействие ЮНЕСКО и Всемирная туристская организация (Life Beyond Tourism).

Российские туристы и местные жители: контуры взаимодействий

Анкетный опрос туристов — клиентов турфирм (N=1277) нами проводился в октябре-декабре 2010 года. Целевая кластерная выборка осуществлялась сре-

ди городского населения трех федеральных округов: Центрального (Москва), Приволжского (Саратов), Южного (Волгоград, Астрахань). Полученные анкетные данные обработаны с применением статистического пакета программ для социальных наук SPSS. Задачей является анализ взаимоотношений туристов и местных жителей. Респондентам было предложено ответить на вопрос: «Как относились к Вам местные жители во время последней Вашей турпоездки?» Показательно, что 58,7 % респондентов отмечают доброжелательное отношение, 12,6 % — участливое; 19,6 % — нейтральное; 5,3 % — равнодушное; 1,3 % — негативное; 2,6 % респондентов затруднились ответить. В общей сложности более 70 % туристов сообщили о позитивном отношении к ним со стороны местных жителей. Собственное отношение к туристам в своем городе респонденты выразили так: 36,7 % — целиком положительно; 26,6 % — скорее положительно; 33,2 % — нейтрально; 1,7 % — скорее отрицательно; 1 % — резко отрицательно; 0,8 % — затруднились с ответом. Более 63 % респондентов позитивно относятся к туристам в родном городе.

Среди причин, влияющих на выбор турпоездки, респондентам помимо прочих было предложено высказаться относительно обычаев и традиций местного населения, оценив важность этой причины по 5-балльной шкале (1 — совсем не важно... 5 — очень важно). По равным долям в 17,5 % респондентов эта причина выбора турпоездки стала одновременно самой важной и совсем не важной; 23,9 % определили ее как важную; 27,8 % оценивают как не очень важную; 13,3 % — как маловажную. В совокупности 41,4 % туристов рассматривают обычаи и традиции местного населения в качестве весомой причины, влияющей на выбор турпоездки.

Проведенный анализ данных анкетного опроса с использованием таблиц сопряженности позволяет сделать следующие выводы. На вопросы «Как относились к Вам местные жители во время последней турпоездки?» и «Как Вы относитесь к приезжим туристам в Вашем городе?» 26,4 % (332 человека) ответили, что целиком положительно и доброжелательно; 9,9 % (124 человека) склонились ответить на оба вопроса «нейтрально». На вопросы об отношении к ним местных жителей и о местных обычаях результаты весьма показательны: из 58,7 % (727 человек) респондентов с доброжелательной оценкой отношения к ним местных жителей в совокупности 24,6 % выразили важность фактора влияния местных обычаев и традиций на их выбор турпоездки; из 19,9 % (246 человек) респондентов с нейтральной оценкой 11 % высказались за незначительное воздействие фактора обычаев местного населения на их выбор турпоездки.

В результате исследования выявлены контуры социальных интеракций туристов и местных жителей. Предлагается двусторонняя симметричная модель коммуникаций, включающая три типа социальных интеракций: симпатия (практики солидаризации) — равнодушие (практики индифферентности) — неприятие (практики отчуждения) при доминирующем первом типе интеракций. Источником разногласий является нехватка знаний о «другом» и несформированность потребности в таких знаниях, прежде всего, у временных посетителей.

Социальные интеракции туристов и местных жителей: кейс-стади черноморского курортного поселка

Исследование проводилось в период высокого туристского сезона — июль-август 2008 г. с использованием данных, полученных методами включенного наблюдения, свободного интервью в стратегии кейс-стади с местными жителями и отдыхающими курортного поселка Дедеркой Шепсинского округа Туапсинского района Краснодарского края.

За последние годы поселок Дедеркой претерпел заметные изменения, став более людным и шумным благодаря появлению малых гостиниц. В Дедеркое в течение последних 30-ти лет происходит стихийное складывание рынка средств размещения. Изначально система гостеприимства выстраивалась на основе мест собственного проживания, затем они обустроивались для гостей. И, наконец, наступил этап строительства для туристов специальных зданий — малых гостиниц, которые обслуживаются либо целыми семьями частных владельцев, либо наемными работниками. Сейчас в поселке сосуществуют все три вида средств размещения. Данный вид частного бизнеса является традиционным, развивающимся, сезонным. Местное сообщество заполняет рыночный сегмент сферы гостеприимства, создавая себе рабочие места. Показателен вопрос, заданный местной жительницей отдыхающему: *«Есть у тебя работа?»* (Жен., 34 года). В Дедеркое люди дорожат работой, не могут себе позволить ее потерять в условиях острой конкуренции.

В беседе с семьей владельцев малой гостиницы были выявлены пожелания, требования и претензии к постояльцам. *«Чтобы не ходили чужие. Они же и воруют вещи у гостей. Не шуметь после одиннадцати, это не нравится соседям. Но, может быть, они сердятся из зависти. Им же постояльцев на автобусе не возят»* (Жен., 70 лет). Туристы являются «лакмусовой бумажкой» взаимоотношений между местными жителями. Существует достаточно острая конкуренция, которая сопровождается эмоциональными выплесками, чувством зависти, переманиванием клиентов и «отстройкой» от конкурентов. Вместе с тем владельцы малых гостиниц опасаются недоброжелательности как со стороны соседей, так и туристов, что проявляется в защитно-оборонительной реакции дистанцирования и пренебрежительных отзывах. *«Как у других [хозяев] с постояльцами: свет, воду экономят, после 11 вечера шуметь, смотреть телевизор, разговаривать, включать свет не разрешают»* (Жен., 34 года). *«Не берите там вино, оно из порошка»* (Муж., 64 года). *«У соседа - не бассейн, а лягушатник. Нет фильтра. Нужен человек для присмотра за купающимися, чистки бассейна. У каждого справку от дерматолога не потребуешь»* (Жен., 34 года). *«Часто мы появляемся на территории постояльцев? Не заходим. Не мешаем людям отдыхать, расслабляться»* (Жен., 38 лет).

Как же характеризуют своих гостей хозяева малой гостиницы? *«Все постояльцы разные: бывают лучше, бывают хуже. Одного тут сами же гости угомонили. Говорят: “Ты нам всю дорогу мешал, и теперь здесь продолжаешь”. Одна постоялица с большими претензиями была. С гонором. Каждый день белье меняй, комнату убирай. Так возьми сама и уберись. А такие требования — за другую плату. Дальше — больше. У вас сколько постояльцев? А налоги платите? Так посмот-*

рите тетрадь, которую ведем, если б не платили, то и работать бы не разрешили. Все обо всех знают» (Жен., 70 лет). В беседе подчеркивается бескорыстная помощь туристам, оказавшимся в сложной ситуации: *«У семьи из Магадана в прошлом году сломалась машина, так пока чинили, три дня жили у нас просто так — деньги закончились»* (Жен., 38 лет).

Между местными жителями и туристами обнаруживается четкая функционально-коммуникативная граница: одни работают — другие отдыхают, первые зарабатывают деньги в высокий туристический сезон — вторые тратят накопленные средства. *«Я как наши руководители. Сначала продали нефть, газ, лес, что еще можно продать? Так вот и я продаю вино, фрукты, услуги отдыхающим. Что еще продать?»* (Муж., 64 года). Местные жители рассуждают так: *«Некогда разговаривать с постояльцами, гостями: очень много работы»* (Жен., 34 года). *«Я не купалась в море с 1998 г., кажется»* (Жен., 38 лет).

Иногда, но все же случаются происшествия, например, порча имущества. Пострадавшие — туристы, а виновники остаются не установленными. *«В прошлом году внятером семьей в Дедеркое снимали жилье в частном секторе на улице Заречной. Наш “Форд” и другие иномарки поставили во дворе, а “Лады” — на улице. Ночью им стекла побили. Милиция разбиралась: бесполезно. На автобусе экономичнее, чем на своей машине. Но на своем автомобиле гораздо комфортнее»* (Жен., 55 лет).

Итак, туристы и местные жители серьезных претензий друг к другу не имеют, что соответствует взаимосвязанным интересам двух сторон: для одних — добиться устойчивости бизнеса, для других — комфортно и недорого отдохнуть. В многочисленных малых гостиницах поселка происходят активные межкультурные коммуникации: отдыхающие и местные жители обсуждают насущные проблемы, откровенно интересуются жизненным укладом, делятся мнениями, как живет простым людям в разных городах и регионах страны. Отметим перспективность развития туризма и сферы гостеприимства в курортном поселке при соблюдении ряда условий: культивирование доброжелательных отношений между местными жителями и туристами; поддержание экологического баланса; эффективное управление местной туристской инфраструктурой.

Выводы

Социальные практики взаимодействия туристов и местных жителей детерминированы особенностями поведения временных посетителей в их пространственно-мобильной активности и повседневным укладом хозяев в социальном поле трудовой деятельности. Архетипам «турист» и «отдыхающий» присваивается статус досуговой деятельности в противоположность архетипам трудового назначения — «местный житель», «обслуживающий персонал». Фиксируемые в ходе эмпирических исследований дискурсы продуцируются через воспроизводство двойных оппозиций: местный житель и турист, традиционный и современный, производство и потребление, работа и отдых. Предлагается двусторонняя симметричная модель коммуникаций, включающая три типа интеракций: симпатия (практики солидаризации) — равнодушие (практики индифферентности) — неприятие (практики отчуждения) с доминированием

первого типа интеракций, что было выявлено в ходе исследования. Относительно равномерно распределяется степень воздействия фактора «обычай и традиции местного населения» в качестве мотивации турпоездки по уровням: высокий, средний, незначительный. Артикулируемые оценочные суждения об особенностях внешнего облика, поведенческих стратегий являются попытками узнать «другого», нехватка знаний о котором является главным источником разногласий. Отметим проявившуюся в процессе исследования несформированную потребность в знаниях о «другом», главным образом, у туристов. Особая категория рефлексирующих туристов испытывает на себе сильное влияние представителей других культур.

Литература

Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. 1995. № 4.

Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования / Пер. с англ., отв. ред. и предисл. В.В. Зверевой, послесл. В.А. Подороги. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005.

Ambro M. Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolehjska, Gorenjska and Ljubljana regions // Anthropological Notebooks. 2008. No 14. [http://docs.google.com/viewer?pid=bl&srcid=ADGEEsGf82ot2CdU9zLP9P_g1lZZfcRhTlK6TAvw1NnTwuejudqkZONs8A8LN2Yc] (08.05.2011).

Franklin A. The Tourist Syndrome. An Interview with Zygmunt Bauman // Tourist Studies. 2003. No 3. [<http://tou.sagepub.com/content/3/2/205.abstract>]

Galani-Moutafi V. The Self and the Other: Traveler, Ethnographer, Tourist // Annals of Tourism Research. 2000. Vol. 27. No 1.

Life Beyond Tourism. [<http://www.lifebeyondtourism.org/en/488-2/>]

The Anthropology of Experience / Ed. by V.W. Turner and E.M. Bruner. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1986. [http://www.inside-installations.org/OCMT/mydocs/Microsoft%20Word%20-%20Booksummary_Anthropology_of_Experience.pdf]

Quinn B. Performing tourism in Venice: local residents in focus // Annals of Tourism Research. 2007. Vol. 34. Issue 2. [<http://arrow.dit.ie/tfschhmart/3/>]