

УДК 379.85

О.В. Лысикова

Саратовский государственный технический университет  
имени Гагарина Ю.А.СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ:  
ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ И ЛОКАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

*В статье анализируется событийный туризм в сочетании глобальных тенденций и локальных практик. Внимание фокусируется на особенностях развития событийного туризма в контексте научных концепций мобильности, глокализации, социальных практик, устойчивого туризма. Делается вывод об исторических реконструкциях как перспективном направлении событийного туризма. Исторические реконструкции в реальном времени порождают интенсивные моменты одновременного путешествия и соприсутствия.*

**Ключевые слова:** *событийный туризм, турист, глобальное, локальное, культура, социальная практика, путешествие, актер, историческая реконструкция, фестиваль.*

*The event tourism in the combination of global trends and local practices is analyzed in the article. The attention focuses on the features of development of event tourism in the context of scientific mobility concepts, globalisation, social practices and sustainable tourism. Historical reconstruction as a promising direction of event tourism is reflected in the conclusion. Historical reconstructions in the real time generate intense moments of simultaneous travel and copresence.*

**Keywords:** *event tourism, tourist, global, local, culture, social practice, travel, actor, historical reconstruction, festival.*

Туризм представляет собой глобальное социальное и культурное явление, позволяющее проследить коэволюционную взаимосвязь развития человека, общества, природы, техники и технологии, системы разномасштабных и разноподчиненных общественных процессов, межкультурные коммуникации. Важность и ценность изучения туризма состоит в признании его в качестве важнейшего фактора развития отдыха, рекреации, творчества, досуга как социальных акторов и групп, так и социума в целом.

Занимающий важное место в антропологии современности туризм представляет особое рода глобальный проект, маркируя социальное пространство и время, в

универсуме которых туристы как акторы межличностных коммуникаций и социальные агенты пространственной мобильности своими практиками конструируют его реалии и перспективы в масштабе глобальных трендов и локальных практик. Исследовательский подход обусловлен селективным применением ряда теоретических положений концепций мобильности, глокализации, социальных практик, устойчивого туризма.

Трансформация туризма во взаимосвязи глобальных трендов и локальных практик выявляет специфику современных социальных изменений в культурных практиках акторов. На рубеже XX-XXI вв. ведущими социологическими моделями социальных из-

менений стали теории модернизации, фиксирующие сдвиг от традиционного типа общества к современному, и теории глобализации, концептуализирующие переход от локального типа общества к глобальному. В 1990-е гг. научные категории «глобализация», «глокализация» были введены в социологию Р. Робертсоном, чья модель локальности глобального представлена дихотомией – гомогенной структурой и гетерогенной культурой.

Стоявший у истоков советского туризма историк и краевед И.М. Гревс писал о том, что путешествие является одним из величайших факторов развития культуры. Спустя полстолетия, в начале 1990-х гг., в телевизионных лекциях по русской культуре Ю.М. Лотман был интеллектуально и морально убедителен в том, что в основе развития социума лежит культурный фундамент, все другие сферы общественного сознания и деятельности являются производными от культуры.

В настоящее время мы наблюдаем очевидное размежевание между видами туризма, ориентированными, с одной стороны, на урбанизированные, с другой стороны, на аграрные территории. Дж. Урри рассуждает о преобразовании земли в ландшафт, в том числе и под воздействием интенсивных туристских практик. В этом смысле сосуществуют и автономно развиваются как индустриальный, промышленный туризм, так и аграрный, сельский. Какое же место в классификации видов туризма занимает событийный?

Событийный туризм – это значимая часть культурного туризма, когда для привлечения туристов устраиваются ярмарки, фестивали, спортивные соревно-

вания, народные гуляния, с одной стороны, универсальные и понятные многим мероприятия, а с другой стороны, имеющие свою пространственно-временную и социально-культурную уникальность. В контексте данного вида туризма, по мнению М.Б. Биржакова, событие – это совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования [5, с. 362, 366]. Событийный туризм как автономный вид туризма практикуется в контексте и в синтезе с другими видами туризма: культурно-познавательным, индустриальным, сельским, фестивальным, академическим, спортивным.

В контексте развития событийного туризма особого внимания заслуживает монография «Исследования культурного туризма» Мелани К. Смит - старшего лектора кафедры менеджмента культурного туризма Гринвичского университета. В её работе обобщаются существующие практики и формирующиеся тенденции современного культурного туризма во всём многообразии его проявлений. Одна из глав книги М.К. Смит «Реконцепция культурного туризма» посвящена анализу продукта культурного туризма, который находится в рыночном сегменте роста. Желания и стремления современных туристов направлены на осуществление широкого диапазона действий, включающих как традиционные формы культурно-познавательного туризма, так нетрадиционные направления. К таковым относятся индустриальные города или сельские

районы, предлагающие туристам альтернативный туристский продукт и более широкий диапазон мероприятий. М.К. Смит справедливо утверждает, что в истории туризма наступает новый этап «культурных путешествий», когда «культурный туризм основан на опыте, в соответствии с которым туристы становятся вовлечёнными в творческий процесс, они стимулируются теми мероприятиями, которые им представлены» [2, р. 94, 137]. Так, по оценкам ЮНВТО, 37 % всех международных поездок включают культурный компонент, а ежегодный рост количества туров по культурным мотивам составляет 15 % [10, с. 299].

Основным выводом М.К. Смит является тезис о многообразии видов и практик культурного туризма, принципиально не унифицируемых, но типологизируемых. Потенциал разнообразия культурного туризма настолько велик, что нуждается в анализе различных аспектов его развития и управления. Автором отмечается дисбаланс в исследованиях как общепризнанных форм культурного туризма (по местам культурного наследия, региональный, городской, событийный, фестиваль-ный туризм) и только входящих в академический дискурс форм (популярный культурный туризм, альтернативный или этнический, туризм рабочего класса в индустриальных и сельскохозяйственных областях). На международном уровне постоянно растёт интерес к развитию регионального и местного культурного туризма, который при условии эффективного управления является средством возрождения или укрепления традиций и самоидентичности местных сообществ, что

справедливо в отношении многих общин в Австралии, Новой Зеландии, Северной Америке, некоторых регионов Азии, Центральной и Южной Америки [2, р. 175].

Событийный туризм как совокупность современных социальных и культурных практик целесообразно рассматривать в рамках концепции мобильности. Развивая идеи социологии мобильности, профессор Ланкастерского университета Дж. Урри полагает, что под воздействием глобальных сетей и потоков формируются мобильная экономика и культура, что приводит к изменениям социальной структуры от социального к информационно-коммуникативному порядку. Будучи базовыми конструктами социологии мобильности, «глобальное» и «туризм» являются компонентами единой системы взаимосвязанных процессов. Опираясь на авторитетное мнение Дж. Урри о формировании туристского направления как части рефлексивного процесса, посредством которого общества и места вступают в «глобальный порядок», отметим, что участниками такой рефлексии являются многие социальные акторы – туристы, путешественники, местные жители, сотрудники сферы туризма и гостеприимства.

«Глобальное» и «туризм» - части единой системы сложных взаимозависимых процессов. Потоки людей, образов, сама практика туристской рефлексии могут быть осмыслены в единстве, как распространяющийся по земному шару глобальный гибрид наподобие Интернета, автомобилизации, единой финансовой системы [11, с. 138]. Метафора «турист» отражает организованное движение людей – носителей своих стандартов счастья в

проведении отпуска, склонных навязывать чужим местностям свои смыслы. Сопряженные с путешествиями социально-пространственные практики включают различные виды мобильности - физическую, телесную, транспортную, творческую, воображаемую, виртуальную [4, р. 104]. Современные люди живут в подвижности. Гражданин глобального сообщества мигрирует по планете, имея право проводить досуг и «потреблять» различные места, наряду с выполнением обязанности демонстрировать установку космополитизма по отношению к другим культурам, средам, людям. Мобильность во всех своих формах и воплощениях является характерной чертой нашего времени, предметом социологической рефлексии в контексте туристского дискурса.

Как справедливо полагает Дж. Урри, сильнейшим побудителем к путешествию является «потребность в близости», важность общения и поддержания сообщества [11, с. 142]. Исследователь предлагает три варианта соприсутствия в путешествии: face-to-face; face-the-place; face-the-moment, составляющие символический капитал в туризме. Это не служит шаблоном взаимоотношений туристов на отдыхе, а является исследовательской конструкцией [3], которая, на наш взгляд, имеет гносеологическую ценность в исследовании практик событийного туризма.

В своей монографии 2007 г. «Mobilities» Дж. Урри фокусирует внимание на «чувствах проживания» (sense of dwelling), в которых проявляется зависимость людей от многочисленных мобильных, которые социологом типологизи-

руются на двенадцать основных форм практик путешествия в современном мире. Среди них «туристские путешествия с целью посещения мест и событий, ради удовлетворения различных чувств, особенно «туристского взгляда» [12, с. 10]. Потоки образов и людей, возникающие практики «туристской рефлексивности» являются, по мнению исследователя, «глобальным гибридом», созданным из сочетания технологий, текстов, образов, социальных практик, совместно позволяющих ему распространяться и воспроизводиться по всему свету.

Весьма актуальным представляется выявление особенностей развития туризма в стремительно глобализирующемся мире. Осуществлённый при поддержке Бостонского университета коллективный проект 2000–2002 гг., направленный на изучение культурного разнообразия в современном мире, подвёл итоги масштабных исследований в Китае, Тайване, Японии, Индии, Германии, Венгрии, ЮАР, Чили, Турции, США, что позволило сделать авторам ряд принципиальных выводов. Во-первых, сегодня мы являемся свидетелями зарождающейся глобальной культуры как поиска своей идентичности «между глобальной однородностью и провинциальной изоляцией». Во-вторых, глобальная культура сопровождается элементами модернизации и локальности – местных видоизменений. В-третьих, культурная глобализация может рассматриваться как процесс *«создания подходящей платформы для оживления традиции, не только как политическое или экономическое движение, но и как движение культурное, со своими движущими силами и теоретиче-*

скими построениями». В-четвертых, рассчитанный на представителей всех слоев населения дифференцированный туризм выступает важным средством познания культурного многообразия современного мира. Глобализация не только сближает культуры. Она изменяет правила взаимоотношений. Питер Л. Бергер во введении к этой коллективной работе фокусирует внимание на том, что современность утверждается как совокупность «пакетов» (packages), содержанием которых являются модели поведения и сознания в различных комбинациях как реакции на зарождающуюся глобальную культуру [9, с. 336]. Туризм эпохи глобализации интенсифицировал обмен культурными образцами в широком масштабе и со стремительной скоростью, позволил осознать многообразие мира, где люди «чувствуют себя частью не только местной общины и своей страны, но и всего человечества» [7, с. 121].

По-прежнему не теряет своей актуальности исследование видового разнообразия туризма и различий в избирательности людьми видов туризма. В основе любой туристской поездки лежит мотивация как ведущий фактор принятия решения о путешествии и выборе туристского продукта. Пожалуй, не виды туризма приводят к современному разнообразию мотиваций поездки, а наоборот – мотивы в их многообразии и сложной комбинации, когда сложно выделить главные и вторичные цели отдыха, стимулируют приращение новых видов и подвидов туризма. И динамично развивающиеся социальные практики современных туристов вносят изменения в уже сложившиеся схемы, классификации, типологии ви-

дов туризма и мотивов путешествий. В своём эссе «Курорт Европа», посвящённом современным тенденциям культурных изменений и туристско-рекреационных трансформаций, главным образом Европы, М. Маяцкий рассуждает о том, что «на диверсификацию индивидов, их проблем и их ожиданий туризм отвечает встречной диверсификацией. Типов туризма великое множество, и их список принципиально открыт. Можно выбрать между имеющимися или скрещивать их по своему усмотрению, но обострённая взыскательность туриста побуждает его к изобретению все новых типов» [8, с. 147]. Дифференциация мотивов, интересов, потребностей разных категорий туристов приводит к ещё большему разнообразию видов, типов, форм туризма. Локальным модусом проявления глобализации является развитие европейской сферы туризма и гостеприимства, что позволило часть света Европу назвать одним большим природно-культурным «курортом», проводя условные границы между курортниками и некурортниками, отдыхающим и сотрудником сферы гостеприимства, которые перманентно меняются социальными ролями. Как отмечает М. Маяцкий, «в обществе усиливается ощущение нехватки времени на потребление произведённого. Это можно считать формулой отчуждения труда, скорректированной для общества с преобладающим свободным временем» [8, с. 53].

В современных практиках туризма модны разнообразие и перемены, в том числе видов туризма, принимающих местоназначений, мест отдыха и рекреации. Формируясь под воздействием новизны впе-

чатлений, событийный туризм является полем перманентного сотворчества акторов – туриста, местного жителя, профессионала турбизнеса. В 2010 г. нами было проведено исследование с целью выявления особенности моды в системе туристского потребления. В основе анализа лежат материалы полуструктурированного интервью с экспертами в сфере туризма – руководителями и ведущими сотрудниками турфирм Саратова, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность. Стаж работы информантов составляет от 5 до 38 лет; из 10 экспертов – 1 мужчина, 9 женщин. Выборка экспертов целевая. Интервью проводились в офисах турфирм, в обстановке, привычной для информантов. Проведение интервью, его аналитическое описание, соотнесение разных экспертных суждений по одному и тому же вопросу позволяют выявить отчётливые проявления моды в туризме и закономерности её функционирования.

Сегодня в России, как и во многих странах, набирает популярность событийный туризм. Его особенность состоит в приобщении туристов к конкретным важным символическим датам и событиям: *«Каждый сезон, каждое мировое событие формирует моду в туризме»* (жен., менеджер, стаж работы в туризме - 10 лет). Модная тенденция исходит от человека, даты, факта. *«Каждое событие рождает интенсивное чувство сопричастности, - концерт Мадонны или похороны принцессы Дианы, международный автомобильный салон или Олимпийские игры. Ни одно из них не может быть «пропущено»; они приводят в движение огромные массы людей, желаю-*

*щих «живьём» захватить особое мега-событие...»* [1, р. 146]. Модно неординарно отпраздновать событие в личной жизни. Формирование предпочтений происходит вслед за популярными людьми или героями художественных произведений: *«Стало модным кататься на горных лыжах. Все встали на горные лыжи»* (муж., директор, стаж 12 лет). Туристы едут на престижный альпийский горнолыжный курорт вслед за премьер-министром или отправляются праздновать Новый год в вотчину Деда Мороза в Великий Устюг, на родину Снегурочки в Кострому.

Опрошенные нами эксперты единодушны во мнении, что мода в туризме существует; модными или немодными являются направления, курорты, виды туризма, турпредприятия. Анализ ответов экспертов свидетельствует о тесной взаимосвязи моды и престижа в туризме. Престиж туристского направления и дестинации, вида туризма, турфирмы и бренда является значимым фактором социальной стратификации. Мода и престиж экспертам представляются равновеликими понятиями: *«Мода всегда престижна, и престиж всегда моден»* (муж., директор, стаж 12 лет). *«Мода и престиж тесно взаимосвязаны, они дополняют друг друга»* (жен., представитель зарубежной компании, стаж 10 лет).

Относительно предпочтения туриста эксперты выделяют целую группу влияющих на его формирование факторов: *«Личностных характеристик самого туриста»* (жен., менеджер, стаж 10 лет). *«Туристы все разные... в силу своих различий в своём выборе руководствуются кто модой, кто престижем, а кто лич-*

ным предпочтением» (жен., начальник отдела продаж, стаж 6 лет). *«Предпочтение – личное дело каждого»* (жен., менеджер по продажам, стаж 10 лет). *«Говоря о моде, мы говорим о престиже курорта, модных направлениях. В 2010 г. это были Мексика, Сан-Тропе, Карибы, Маврикий. А, скажем, в 2007-2008 гг. были модными Вьетнам, Тунис. Одно время очень модной была Черногория, где Лужков построил курортный посёлок. Мода приходит и уходит, происходят естественные перемены. Показателем являются состоятельные американские и британские туристы. Они задают тон. Стиль и комфорт завоевывают мир. Современный человек рассуждает так: «Я могу себе это позволить»* (жен., представитель зарубежной компании, стаж 10 лет).

В ответах на вопрос о моде на внутренний туризм мнения разделились: одна группа экспертов считает внутренний туризм определённо модным, другие дают сдержанную оценку, определяя внутренний туризм не как модный, а, скорее, как востребованный, постепенно набирающий популярность среди российских туристов: *«В России моден Домбай, Приэльбрусье, Урал для катания на лыжах; прежде всего, популярны они у москвичей, которые разъезжаются по регионам. Под Петербургом есть свои места, красивые и обустроенные»* (жен., представитель зарубежной компании, стаж 10 лет).

Существует мода на всё необычное и увлекательное. Накопив туристский опыт, человек ищет новые впечатления. Сегодня любители путешествий не ограничиваются отдыхом на берегу теплого моря, а посещают атомные электростанции, от-

правляются на Северный полюс и Южный полюс вместе с научными экспедициями. Усложнение туристских потребностей приводит к дальнейшей диверсификации туризма. Отдыхать – хорошо, а хорошо отдыхать – модно и престижно. Туризм становится неотъемлемым компонентом конструкции под названием «полноценная жизнь», насыщенной удовольствиями как продолжение того, что «гедонистическое желание приобрести бронзовый загар рождалось в сопротивлении протестантской этике, женской домашней жизни и «рациональному отдыху» [11, с. 143].

Мы приходим к выводу о взаимообусловленности глобальных трендов и локальных практик социальных изменений в культурной матрице современного туризма. Это проявляется в универсуме пространства и времени; чередовании реальных, рефлексивных и виртуальных практик туризма; сочетании различных видов туризма; во взаимосвязи предпочтений и возможностей, ценностей и мотивов акторов, способствующих формированию их потребностей в туризме и путешествиях.

В рамках феноменологической традиции сегодня продуктивно исследуется устойчивый туризм как практика взаимодействия туристов и местных жителей. Концепция «устойчивого туризма» вошла в научный дискурс в 1990-е гг. и получила множество интерпретаций. Остановимся на наиболее значимых моментах в рамках событийного туризма. Во-первых, туризм является сферой взаимодействия и взаимовлияния трёх основных акторов – туриста, местного жителя, профессионала турбизнеса, причём каждый из них может выступать в разных социальных ролях

или совмещать их. Во-вторых, характеристика устойчивости туризма подразумевает стабильность, повторяемость и упорядоченность практик, технологий и процедур. Однако сегодня наблюдается относительная устойчивость в туризме, что связано с особенностями «текучей современности» в целом и рисками в любом туре в частности, а также с тем, что путешествие связано с новыми, необычными, иногда экстремальными событиями, ощущение от которых усиливается по сравнению с более предсказуемой повседневностью. В-третьих, в туристских практиках складываются различные варианты взаимодействий субъектов по схеме «свой - чужой - другой». Посредством большего знания, понимания, включённости туриста в нехарактерную для него реальность происходит постепенное преобразование «чужого», будь то иностранный турист или местный житель, в «другого», когда практика отчуждения сменяется эмпатией. Это является проявлением «мягкого» устойчивого туризма.

Примером устойчивого отношения местных жителей к туристам является праздник La Patum в Берге в Испанских Пиренеях, Каталонии. Однодневный июльский праздник Патум олицетворяет собой вечную борьбу сил добра и зла. Если театрально-карнавальное действо с огнедышащими драконами, демонами, карликами, орлом и ангелами, сопровождающееся барабанным боем и фейерверками, длится всего один день, то подготовка к нему – целый год. Многовековая традиция проведения Патума в Берге – городке с населением в 14 тысяч жителей является праздником для «своих», туристов на нём

бывает очень мало в силу разных причин: сложившаяся репутация праздника для «аборигенов» - жителей Берга, прочие каталонцы называют их «сумасшедшими»; отсутствие PR-сопровождения, поскольку это не сконструированное для туристского потребления показательно-коммерческое событие, а масштабный традиционно-ритуальный с языческими корнями праздник, объединяющий всех местных жителей, в котором каждый выполняет свою роль. Поскольку многотысячная ликующая толпа энергично движется в едином порыве, то неизбежны риски, особенно для людей не «посвящённых». Одна иностранная туристка после нескольких неумышленных ударов локтями сделала замечание, на что местный житель ответил, что «это же Патум», то есть иного и быть не может. В последние годы произошло два несчастных случая на празднике среди жителей Берга: один был задавлен толпой, у другого случился инфаркт. Однако местные жители считают, что умереть в Патум – завидная участь, поскольку душа отправляется в рай. Праздник Патум в Берге является объектом нематериального культурного наследия, включенным в список ЮНЕСКО.

Другим примером каталонского праздника в городе Таррагона является соревнование по строительству местными жителями живых пирамид: люди встают по окружности, обернувшись лицами к центру, положив руки на плечи, на которых выстраивается следующий ярус. Таких многоярусных пирамид, венчающихся одним человеком, сооружается множество. Побеждает та, которая является самой большой и устойчивой. На централь-

ной улице Таррагоны сооружен памятник в честь этого праздника – бронзовая композиция пирамиды с многочисленными скульптурными фигурами в натуральную величину человеческого роста. Этот праздник привлекает многих туристов, являясь достопримечательностью и «визитной карточкой» города.

На другом полюсе аттрактивных мест и событий Испании, именно предназначенных для посещения туристами, находится парк развлечений Порт Авентура, расположенный на побережье Коста-Дорадо. В разделённом на пять тематико-региональных участков парке представлены аттракционы, ландшафты, гастрономия, одежда, сувениры, отражающие национальный колорит. Специально для туристов воссоздаются традиционные фольклорные праздники и фестивали в региональных сегментах: Средиземноморье, Дикий Запад, Мексика, Китай, Полинезия. Ежегодно в парке развлечений Порт Авентура фиксируется свыше 3 млн туристских прибытий.

В романе «Инферно», сюжет которого фокусируется вокруг поэмы Данте Алигьери «Божественная комедия», Дэн Браун описывает стремительно развивающиеся события в жизни главных героев последовательно в трёх городах – Флоренции, Венеции, Стамбуле на фоне вовлечённости десятков тысяч туристов как в пешие экскурсии, посещение музеев и галерей, так и специальные мероприятия. Финальные действия повествования проходят во время концерта Стамбульского государственного симфонического оркестра в клубе «Цистерна», который располагает подземным дворцом - древним водохранилищем, сооружённым в 523 г. [6,

с. 468]. Слушателями «Данте-симфонии» Ф. Листа являются как местные жители, так и туристы. И автором выбрано это место не случайно, им на протяжении всего романа подчеркивается массовость потоков современного туризма и взаимозависимость всех акторов в практиках культурно-познавательного и событийного туризма.

В контексте событийного туризма особого внимания заслуживают социальные практики исторической реконструкции на примере фестивалей в российских регионах: молодёжный военно-исторический форум «Александровский Стяг», военно-исторические фестивали «Поле Куликово», «Русская крепость», «Генуэзский шлем», историческая реконструкция Бородинского сражения 2011, 2012 гг., военно-исторический фестиваль «Прорыв Блокады Ленинграда. 1943 год» в 2013 году. Историческая реконструкция как социальный и культурный феномен включает многообразие видов и форм проявления: постановочный фильм, спектакль, историческая и батальная живопись, роман на исторический сюжет (В.С. Пикуль), популяризация исторического знания (Н.Я. Эйдельман, Н.И. Басовская), мастерство художественного слова (И.Л. Андроников, Э.С. Радзинский), музыкальные фестивали военных оркестров, городские карнавалы и уличные шествия. Среди них особое место занимает историческая реконструкция как пространственное визуальное-эстетическое воссоздание исторически достоверных и культурно значимых фактов, событий, процессов. Рассматривае-

мая сквозь призму фольклорно-исторического компонента историческая реконструкция институциализирована в новейшее направление - «Living History». Широкий взгляд на этот социальный феномен может быть представлен как на объективную возможность аккумуляции энергии и интересов молодых людей в проектной визуально-событийной деятельности по воплощению реальных фактов отечественной истории, культуры, материального и нематериального наследия. Движение исторической реконструкции обладает мощным сетевым капиталом и нетворкингом знания. Оно является ресурсом расширения социальных границ памяти, воспроизводства национальных традиций, популяризации научного знания, формирования гражданской позиции, в чем видятся перспективы изучения данного феномена в рамках событийного, культурно-познавательного, фестивального, молодежного туризма.

Таким образом, в свете получившей широкое академическое признание концепции мобильностей Дж. Урри было бы перспективно рассмотреть историческую реконструкцию в контексте культурной, профессиональной, пространственной мобильности современной молодежи. Многие сети организованы вокруг непосредственного переживания неких событий, происходящих в конкретное время в определенном месте. Исторические реконструкции составляют именно такие социальные практики, которые в реальном времени порождают интенсивные моменты одновременного путешествия и

соприсутствия.

#### Список использованных источников

- 1 Roche M. Mega-Events and Modernity. London, 2000.
- 2 Smith M.K. Issues in Cultural Tourism Studies. – London, New-York: Routledge, 2003.
- 3 Urry J. Mobility and Proximity. – URL: <http://www.google.ru/url?sa=t&source=web&cd=20&ved=0CF8QFjAJOAo&url=http%3A%2F%2F> (дата обращения 10.03.2011).
- 4 Urry J. Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century. London; N.Y., 2000.
- 5 Биржаков М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. СПб. : Герда, 2006.
- 6 Браун Д. Инферно : роман / Д. Браун; пер. с англ. М. : ОСТ, 2013.
- 7 Доклад о развитии человека. 2004. Культурная свобода в современном многообразном мире. М., 2004.
- 8 Маяцкий М. Курорт Европа : эссе / М. Маяцкий. М. : Ад Маргинем Пресс, 2009.
- 9 Многоликая глобализация / под ред. П. Бергера, С. Хантингтона. М. : Аспект Пресс, 2004.
- 10 Мошняга Е. В. Межкультурная коммуникация в системе международного туризма в условиях глобализации / Е. В. Мошняга // Социальная политика и социология. 2008. № 3.
- 11 Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // В кн. : Массовая культура : современные западные исследования / Дж. Урри. М. : Прагматика культуры, 2005.
- 12 Урри Дж. Мобильности / Дж. Урри; пер. с англ. А. Лазарева. М. : Праксис, 2012.