

11. Department of Statistics Singapore. Yearbook of Statistics Singapore Content Page. Available at: <http://www.singstat.gov.sg/publications/publications-and-papers/reference/yoscontents>.
12. Destination Canada Arrivées des visiteurs internationaux. Arrivées des visiteurs internationaux. Available at: <http://fr.destinationcanada.com/recherche/statistiques-et-chiffres/arrivees-des-visiteurs-internationaux#visiteurs-etrangers>.
13. Gibraltar.gov.gi. Available at: <https://www.gibraltar.gov.gi/statistics/downloads>.
14. Papua New Guinea Tourism Promotions Authority. Available at: [http://www.tpa.papuanewguinea.travel/Papua-New-Guinea-Tourism-Promotions-Authority/Annual-Visitor-Arrivals-Reports\\_IDL=42\\_IDT=328\\_ID=1806\\_.html](http://www.tpa.papuanewguinea.travel/Papua-New-Guinea-Tourism-Promotions-Authority/Annual-Visitor-Arrivals-Reports_IDL=42_IDT=328_ID=1806_.html).
15. Seychelles in figures. National Bureau of Statistics. Available at: [www.nsb.gov.sc/](http://www.nsb.gov.sc/).
16. Statistics – CSO – Central Statistics Office. Tourism and travel. Available at: <http://www.cso.ie/en/statistics/tourismandtravel/>.
17. Tourism Research Australia. International tourism statistics. Available at: <http://www.tra.gov.au/research/International-tourism-statistics.html>.

## ТУРИЗМ И ИННОВАЦИИ В ИСТОРИЧЕСКОЙ РЕТРОСПЕКТИВЕ

**Леухин Алексей Николаевич**, кандидат социологических наук  
Астраханский государственный университет  
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а  
E-mail: [leuhin\\_1242@mail.ru](mailto:leuhin_1242@mail.ru)

Приводится анализ социального института туризма как социокультурного феномена порождающего инновации. Прослеживаются этапы исторического развития туризма со времен древности до настоящего времени. Показано, что в условиях кросс-культурного взаимодействия происходит взаимное обогащение национальных культур, и, как следствие, формирование наднациональных культурных трендов, отражающих в себе всю матрицу знаний символического универсума. Постоянный разрыв границ формировал новые пространства-фронтиры, которые сыграли огромное значение в усложнении семиотических пространств, усилении мотиваций путешествий. Со временем пассионарность в освоении географических пространств сменилась пассионарностью в создании мыслимых пространств возможностей. В этих пространствах творческие энергии смогли проявить себя во время научно-технической революции, результатами которой в полной мере мог воспользоваться изобретатель организованного туризма Томас Кука. Особенности инновационной деятельности Т. Кука рассмотрены сквозь призму его религиозного сознания, как причины неиссякаемого творчества и источника вдохновения. Дальнейшая эволюция практик туризма выступает в виде ретранслятора культурных образцов, идей и смыслов, которые не только определяют представления людей, но и конструируют различные виртуальные состояния окружающей реальности. Выделена компенсаторная функция социального института туризма как средства утверждения идентичности в условиях нарастающего глобализма.

**Ключевые слова:** социальный институт туризма, туристские практики, семиотическое пространство, символический универсум, фронтир, смыслообразы, инновации, историческая ретроспектива

## TOURISM AND INNOVATIONS IN THE HISTORICAL RETROSPECTIVE

**Leukhin Aleksey N.**, Ph.D. (Sociology)  
Astrakhan State University  
20a Tatishcheva Str., Astrakhan, 414056, Russian Federation  
E-mail: [leuhin\\_1242@mail.ru](mailto:leuhin_1242@mail.ru)

In the article, the Social Institute of tourism as a sociocultural phenomenon generating innovations was analyzing. It traced the stages of the historical development of tourism since the days of antiquity to the present. It showed that in the conditions of cross-cultural interaction is a mutual enrichment of national cultures, and as a result, the formation of supranational cultural trends that reflect a full matrix of knowledge symbolic universal. Permanent break boundaries to form new-frontier area, which played a huge difference in complication semiotic spaces, enhancing motivation travel. Eventually passion in the development of geographic spaces replaced passion in creating

spaces conceivable possibilities. In these spaces, creative energies could manifest themselves during the scientific and technological revolution, the results of which are fully able to take advantage of the inventor Thomas Cook organized tourism. Features innovation T. Cook considered through the prism of his religious consciousness, as the cause of the inexhaustible source of creativity and inspiration. The further evolution of the tourism practitioner acts as a repeater cultural patterns, ideas and meanings that are not only determined by people's ideas, but also designed a variety of virtual environmental reality. It obtained compensatory function Social Institute of Tourism as a means of identity assertion in the conditions of growing globalization.

**Keywords:** Social Institute of tourism, tourist practices, semiotic space, symbolic universal, frontier, meanings, images, innovations, historical retrospective

Социальный институт туризма, как уникальный социокультурный феномен, играет заметную роль в трансформации институтов в современном мире. С момента своего зарождения институт туризма был открыт инновациям, восприимчив к ним. Нередко благодаря практикам туризма инновации получали самое широкое распространение, определяя привычный современникам облик повседневности.

Организационный и технологический потенциал практик странствий (в последствии – туристских практик) отвечал самым передовым идеям, транслируемым цивилизационными моделями геополитических центров силы. И ныне, эти идеи, отражающие определенные представления о месте инноваций в развитии региональных сообществ, предстают в виде своеобразных направлений, ориентация на которые позволяет предприятиям туризма двигаться в русле адекватной современности технологической парадигмы, или иными словами в пределах пространства концентрации инноваций, почерпнутых из интеллектуальной деятельности человека, его фантазии и творческого воображения [1].

Процесс усложнения туристских практик, как уникального социокультурного феномена, порождающего новшества, в исторической ретроспективе вел их к институционализации. В этой связи нам будет полезно проследить этапы формирования этого феномена, отразить механизмы его функционирования в контексте развития мирового исторического процесса.

С момента появления в мире крупных городов государств, с установлением сложных торгово-хозяйственных и политических зависимостей между государствами-конкурентами / союзниками на географической карте отчетливо стали вырисовываться контуры единого, пусть и не мыслимого еще тогда в таком качестве символического универсума, органично объединяющего в «матрице знаний» весь набор семиотических пространств (пространств культуры) зарождающейся мир-системы [2].

Развитие одних цивилизационных моделей (культурно-исторических типов), угасание других, создание процветающих культурных и экономических центров, их слияние или размежевание, крушение и процветание можно рассматривать как создающий или разрушающий поток интенциональностей общественного сознания, задающий ту или иную картину мира в фокусе цивилизационного развития регионов (метрополий, провинций), их противопоставления, противостояния или сотрудничества друг с другом.

Постоянный разрыв границ формировал в точках излома новые пространства-фронтиры, в пределах которых накапливались пассионарные, опережающие свое время форс-идеи, обогащавшие семиотические пространства новыми смыслообразамми, представлениями, энергиями.

И чем больше обозначались точки соприкосновения национальных культур, тем более насыщенной становилась матрица символического универсума. Сравнивая процесс порождения и интерпретации значений (семиозис) с ходом стрелок часов можно проследить, как с удивительной точностью отмерял этот процесс частоту и результативность осуществляемых обменов между странами и их народами, определял и ранжировал людей по национальным, религиозным, статусным и культурным признакам.

Стрела социального времени достаточно медленно скользила по замкнутым границам ойкумены, выйти за пределы «опространствления» которой мало кто решался. Получалось так, что нередко целые цивилизации, изолированные друг от друга огромными табуированными территориями, не знали о существовании друг друга [3].

Пересечь границу между мирами представителям традиционных обществ было не так просто, однако мысли о славе, богатстве, признании подталкивали самых смелых из них к этому шагу. С расширением фронта отодвигались границы непознанного. Знакомство с инокультурными образцами даже сквозь призму конфронтации усложняло представления о мире, образы уплотнялись, более разнообразной становилась мотивация.

Кросс-культурные контакты с иноплеменниками способствовали развитию торговли, спорта, религии, науки и искусства. Рост пассионарного напряжения в некоторых семиотических пространствах подогревал необоримое стремление их представителей не только увидеть миры, что находятся за горизонтом их обывательских представлений, но и транслировать в эти миры образы своего пространства, присваивать себе смыслы чужих пространств.

Следует заметить, что в эпоху Великих географических открытий мотивация европейских первооткрывателей напрямую зависела от уровня технологического развития цивилизаций Нового света. Те государства, что не могли дать достойный отпор европейским пассионариям, становились колониями, кто смог – партнером в торговле.

Перемещаясь в образной среде географических пространств, первопроходцы воспринимали знаковый символизм пространств культуры, раскрывающийся в интенциональностях сознания. По возвращению домой привнесенные ими смыслы становились достоянием общности, принимались или отвергались взрастившим их социально-культурным окружением. То, что не противоречило в главном базовому культурно-историческому типу, и что могло облегчить тяготы жизни человека, интегрировалось в семиотическое пространство, определяя отношение человека к миру и тому месту, которое он занимает в нем.

Столетиями в семиотических пространствах кристаллизовались базовые образы, символы, представления и идеи, которые ясно и четко маркировали ход мыслей и стратегии поведения этносов, устанавливая культурные границы между ними, пределы возможной аккультурации отдельных форм этих культур. И хотя на бытовом уровне происходили некоторые изменения, время в традиционной картине мира продолжало свое неспешное течение, напоминая нашим предкам степенный круговорот времен года.

Все меньше белых пятен оставалось на карте мира. Пассионарность в присвоении пространств места сменилась пассионарностью в создании мыслимых пространств возможностей. В этих пространствах творческие энергии усиленно искали выхода, и они нашли его в научно-технической революции, породившей новый язык коммуникации семиотических пространств с целью производства новшеств, а также средств их производства.

Научно-техническая революция, вызревала постепенно, но всплеск ее был неожиданным, стихийным. Страстная упоенность в создании новшеств резко изменила размерность социального времени, убищила его течение.

Ускорение движения времени привело к росту объемов информации в матрице общественного сознания, и как следствие, к вымыванию семиотических пространств традиции, дестабилизации равновесных состояний структур порождения смысла [4].

Обилие знаков, порой разнившиеся с устоявшимся представлениями, резко усложнило понимание людьми окружающей реальности, ее жизненных интервалов и перспектив. Единственно возможным способом хоть как-то разобраться в хаосе событий стало стремление людей непосредственно включиться в эти события и рассмотреть их на месте, иначе говоря отправиться в путешествие.

Вдали от дома они хотели не столько найти частичку себя самого, сколько, опираясь на полученные знания, реконструировать / сконструировать упорядоченную и пригодную для осмысления картину мира, в которой этой частичке нашлось бы свое место.

В вихре событий, смыслы сменяли друг друга, яркие метафоры «ломали» речевые конструкции, рождали новые смыслы. Стало возможным предугадывать появления новшеств, «говорить» ими, воспринимать их. Создались условия, когда человек наконец смог выразить свои ощущения новым языком, подчинить или хотя бы на время «схватить» социальную реальность, воплотить в жизнь свои идеи, мечты, фантазии.

Начиная с середины XIX в. с развитием средств транспорта, расширением сети дорог, такая возможность у людей в полной мере появилась. И первым, кто подчинил практику странствий массам, был баптистский пастор Томас Кук, который в 1841 г. смог выразить новым языком образный строй Библии, адаптировать его под новые реалии, и изменить мир.

Образность речи, страстность проповеди позволили пастору найти нужные слова и убедить более пятисот человек впервые собраться вместе для совместной поездки по железной дороге. Сделать это было не так просто, поскольку в то время железнодорожный транспорт был новинкой и относились к нему весьма настороженно. Многие просто боялись ездить в «паровом экипаже»: ведь одно дело наблюдать за ним со стороны, а совсем другое самому сесть в вагон поезда и отправиться в путь [5].

Во всем, что касалось туризма, Томас Кук был первым во всем: первое туристическое бюро, первое трансатлантическое путешествие, первый событийный, культурно-познавательный, паломнический тур... Он был, неистощим на выдумки и идеи [6]. И эти идеи находили свое выражение в самых передовых изобретениях того времени, поскольку Т. Кук видел в них не столько ориентиры инновационного развития, сколько способ отражения картины мира, какой она должна быть в восприятии добропорядочного христианина.

Приверженность неутомимого пастора к инновациям продиктована особенностями его религиозного сознания. Логика размышлений Т. Кука проста: раз труд обусловлен жизненными идеалами протестантской этики, то и новшества, являющиеся результатом добросовестного и усердного труда, могут быть расценены как богоугодные, позволяющие в полной мере ощутить радость примирения с Богом, обрести уверенность в спасении [7]. Отсюда и необычайная популярность организуемых им поездок на торгово-промышленные выставки, где общественности представлялись новинки в области промышленности, сельского хозяйства, изящных искусств [8].

Томас Кук сделал отдых доступным для самых широких слоев населения, смог сфокусировать их взгляд на возможность изменения условий досуга, институционализировать работу с этими изменениями. Он сумел сократить дистанцию до своей мечты, приблизить время ее исполнения, сделать достоянием многих.

Практики странствий получили разработанную под конкретного потребителя программу тура, а сами перемещения человека в пространстве приобрели характер самоцели, т.е. туристскую направленность. Институционализация практик туризма определила массовый индустриальный характер путешествий, раздвинула границы восприятия пространств, преодоление которых ранее требовало значительных усилий.

В период между мировыми войнами институт туризма стал отражением изменений в пространствах семиотического универсума в зависимости от культурно-исторического и идеологического контекста. В одних пространствах туризм выступил средством выражения смыслов фривольной культуры «ревущих двадцатых», в других – инструментом пропаганды с целью формирования образа человека будущего. Несмотря на кажущиеся различия, каждое из этих пространств, заложило в институциональную природу туризма компенсаторные механизмы описания окружающей реальности, утверждения собственной идентичности и определения своих жизненных перспектив.

Послевоенный технологический прорыв, появление авиапутешествий в 1950-х гг. произвели настоящую революцию в туризме, создав необходимые условия для экономического развития многих стран, поощрения рабочего класса [9]. Развитие многообразных практик туризма стало обыденным явлением; совершение турпоездок – нормой.

Рост потребностей населения стимулировал приток в практики туризма широкой линейки новшеств в области строительства, транспорта, информационных технологий. Внедрение инноваций стало необходимым условием конкурентоспособности предприятий туризма, эффективным способом транслирования смыслообразов, конструирования идентичностей в условиях нарастающего глобализма.

Итак, роль туризма в создании и ретрансляции образов в исторической ретроспективе трудно переоценить. Практики туризма вносят свой вклад в: глобальный трансферт культурных ценностей, реальные достижения в области культуры и вкусов; создание качественно новой досуговой среды духовного и соматического совершенствования человека [10].

Будучи продуктом инновационного развития, туризм как уникальный социокультурный феномен со временем сам стал одним из средств транслирования и порождения инноваций в жизни общества, инструментом трансформации социальных институтов и семиотических культур.

#### Список литературы

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва: ВШЭ, 2000. 608 с.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. Москва: Медиум, 1995. 323 с.
3. Леухин А. Н. Феномен туристско-институционального пространства: опыт социологического анализа в регионе. Астрахань: Астраханский ун-т, 2008. 232 с.
4. Лотман Ю. М. Семиосфера. Санкт-Петербург: Искусство-СПб, 2010. 704 с.
5. Крейнис З. Л. Очерки истории железных дорог. Два столетия. Москва: УМЦ ЖДТ, 2009. 335 с.
6. Андреев В. Томас Кук: человек, придумавший туризм // Бизнес и Выставки. 2007. № 2 (22). С. 48–52.
7. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Москва: Прогресс, 1990. 808 с.
8. Ермилова Д. В. Люди-легенды, создавшие бренды современного туризма // ФЭН-Наука. 2015. № 2 (41). С. 34–37.
9. Джафари Дж. Становление туристики как науки // Вестник РМАТ. 2012. № 1 (4). С. 7–11.
10. Гидденс Э. Социология. Москва: Едиториал УРСС, 2005. 632 с.

#### References

1. Kastels M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow, 2000, 608 p.
2. Berger P., Lukman T. *Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge]. Moscow, 1995, 323 p.
3. Leukhin A. N. *Fenomen turistsko-institutsionalnogo prostranstva: opyt sotsiologicheskogo analiza v regione* [Ehe phenomenon of tourist and institutional space: experience of the sociological analysis of the region]. Astrakhan, 2008, 232 p.
4. Lotman Yu. M. *Semiosfera* [Semiosphere]. St. Petersburg, 2010, 704 p.
5. Kreynis Z. L. *Ocherki istorii zheleznyh dorog. Dva stoletiya* [Essays on the history of railroads. Two centuries]. Moscow, 2009, 335 p.
6. Andreev V. Tomas Kuk: chelovek, pridumavshiy turizm [Thomas Cook: the man who invented tourism]. *Biznes i Vystavki* [Business and Exhibitions], 2007, no. 2, pp. 48–52.
7. Weber M. *Protestantskaya etika i dukh kapitalizma* [The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism]. Moscow, 1990, 808 p.
8. Ermilova D.V. Lyudi-legendy, sozdavshie brendy sovremennogo turizma [People-legends, who create the brands of modern tourism]. *FЭN-Nauka* [FAN-Science], 2015, no. 2, pp. 34–37.
9. Dzhafari Dzh. Stanovlenie turistiki kak nauki [Formation of touristics as a science]. *Vestnik RМАТ* [RIAT Bulletin], 2012, no. 1, pp. 7–11.
10. Giddens A. *Sotsiologiya* [Sociology]. Moscow, 2005, 632 p.