

(мачеха)». Для моделей «эрзац-бабушка / дедушка» и «коллективный эрзац-субъект» соответствующие фольклорные иллюстрации не выявлены, что объясняется сильным общинным началом.

Литература

1. Макаренко А.С. Лекции о воспитании детей. М., 1950. 103 с.
2. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. Л., 1986. 365 с.
3. Великорусские сказки в записях И.А. Худякова. М.-Л., 1964. 301 с.

References

1. Makarenko A.S. Leksii o vospitanii detei [Lectures on parenting]. Moscow, 1950. 103 p.
2. Propp V.Ia. Istoricheskie korni volshebnoi skazki [The historical roots of the fairy tale]. Leningrad, 1986. 365 p.
3. Velikorusskie skazki v zapisiakh I.A. Khudiakova [The Great-tales in the book by I.A. Khudyakov]. Moscow-Leningrad, 1964. 301 p.

УДК 304.44

К.Г. ЖУРАХОВСКАЯ

КУЛЬТУРА И ТУРИЗМ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

Жураховская Ксения Геннадьевна, аспирант Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. 40 лет Победы, 33), reshetnikova_ksenia@mail.ru

Аннотация. Постиндустриальное общество при формировании основных продуктов производства руководствуется в первую очередь необходимостью изменения роли и функциональных проявлений таких феноменов массовой культуры, как культура и туризм. Цель исследования заключается во всестороннем анализе культуры и туризма как основных феноменов проявления массовой культуры постиндустриального общества. Двум главным феноменам массовой культуры постиндустриального общества – культуре и туризму – отводится важнейшая роль, заключающаяся в генерации специфических форм освоения и адаптации современной личности к современной социокультурной действительности.

Ключевые слова: культура, туризм, культурный туризм, феномены массовой культуры, массовая культура постиндустриального общества.

UDC 304.44

K.G. ZHURAKHOVSKAYA

CULTURE AND TOURISM IN POST-INDUSTRIAL SOCIETY

Zurakhovskaya Ksenia Gennad'evna, graduate student of Krasnodar state institute of culture (Krasnodar, 40 let Pobedy str. 33), reshetnikova_ksenia@mail.ru

Abstract. Post-industrial society in the formation of the main products of production guided primarily by the need for role changes and functional manifestations of such phenomena of popular culture, as culture and tourism. The purpose of the study is the comprehensive analysis of culture and tourism as the basic phenomena of the manifestations of mass culture in postindustrial society. The two main phenomena of mass culture in postindustrial society – culture and tourism – has a vital role in generating specific forms of development and adaptation of modern individual to contemporary socio-cultural reality.

Keywords: culture, tourism, cultural tourism, the phenomena of mass culture, mass culture of the postindustrial society.

Постиндустриальное общество, переходящее в процессе своего развития на новый этап, при формировании основных продуктов производства руководствуется в первую

очередь необходимостью изменения роли и функциональных проявлений таких феноменов массовой культуры, к которым можно в первую очередь отнести культуру в целом и туризм.

Цель исследования заключается во всестороннем анализе культуры и туризма как основных феноменов проявления массовой культуры постиндустриального общества.

Задачи данного исследования:

- определение актуальности исследования феномена культуры и туризма в постиндустриальном обществе;
- изучение роли феноменов культуры и туризма в процессах культурной экспансии массовой культуры постиндустриального общества в процессах глобализации;
- анализ культурного туризма как одного из феноменов массовой культуры постиндустриального общества с точки зрения экономической деятельности.

Актуальность исследования феномена культуры и туризма в постиндустриальном обществе предопределена процессом культурной трансформации на современном этапе, позволяющем сформировать инновационную цивилизационную модель [1], опосредованную, в свою очередь, основными продуктами производства данного этапа – информацией и знаниями, получаемыми посредством ее использования.

Именно этим двум феноменам массовой культуры постиндустриального общества – культуре и туризму – отводится важнейшая роль, заключающаяся в генерации специфических форм адаптации современной личности к социокультурной действительности наших дней [2, с. 32-42], являющейся неизбежным результатом культурной экспансии массовой культуры постиндустриального общества и процессов глобализации современного информационного сообщества.

В качестве одной из основных причин кризиса духовной основы постиндустриального общества можно назвать разрушение существующих традиционных ценностно-нормативных культурных матриц [3], способное вызвать на социальном уровне культурную аномию общества, на личностном – кризис культурной идентичности личности, культурную дезориентацию и дезадаптацию – разрушение существующих между личностью, окружающим ее социумом и культурной действительностью связей.

Именно массовая культура постиндустриального общества выступает одним из основных механизмов культурной экспансии, разрушающей существующие национальные культурные вековые традиции, вносящей существенный вклад в модификацию духовного ядра национальной культуры в целом.

Следует отметить, что влияние массовой культуры постиндустриального общества, в том числе таких ее феноменов, как культура и туризм, сказывается и на выработке адаптационных ресурсов культурной личности к изменяющимся социокультурным реалиям; массовая культура, в процессе формирования культурной личности и окружающей ее действительности по собственному образу и подобию, обладает возможностью генерирования определенных, достаточно специфических по своей форме и содержанию способов освоения новой действительности, позволяя при этом личности овладевать инновационными культурными практиками, способными компенсировать дефицит личностных адаптационных ресурсов.

Понятие культурного туризма, появившееся в 70-х годах XX века, базировалось на инновационном для того времени понимании формирования туристских продуктов, которые включали бы в себя не только знакомство с материальными объектами и духовными ценностями культурного наследия посещаемой туристами территории, но и активное вовлечение в существующую культурную среду, приобщение к культурным событиям и культурным практикам, присущим данной территории.

Процесс развития постиндустриального общества детерминирует изменение преобладающих в нем ценностей – на смену аутентичным культурным продуктам существующих туристских дестинаций приходит интеграция в единое целое тех символических ценностей, которые способны сформировать территориальный бренд.

Поскольку гуманитарным компонентам (к которым можно отнести накопленные знания, символические ценности, информацию, коммуникации, творчество) в различных постиндустриальных процессах отводится главенствующая роль, то внедрение в постиндустриальном обществе инновационных технологий организации туристической деятельности, по мнению Н.А. Никешина и Ю.Л. Рыбаковой, представляется вполне резонным напрямую связывать с понятием «культурного туризма» [4, с. 3].

Всемирной туристской организацией культурный туризм определяется в качестве «перемещения людей на основе культурных мотиваций, включающего в себя познавательные туры, знакомство с исполнительскими искусствами и культурные туры, поездки на фестивали и другие культурные мероприятия, посещение достопримечательностей и памятников, поездки для знакомства с природными, этнографическими, художественными и религиозными памятниками» [4, с. 3-4].

Культурный туризм, рассматриваемый в качестве феномена массовой культуры постиндустриального общества, является инновационной технологией туристской деятельности, пришедшей на смену индустриальным способам производства туристских услуг, и базируется на факторах, которые представлены на рисунке ниже.

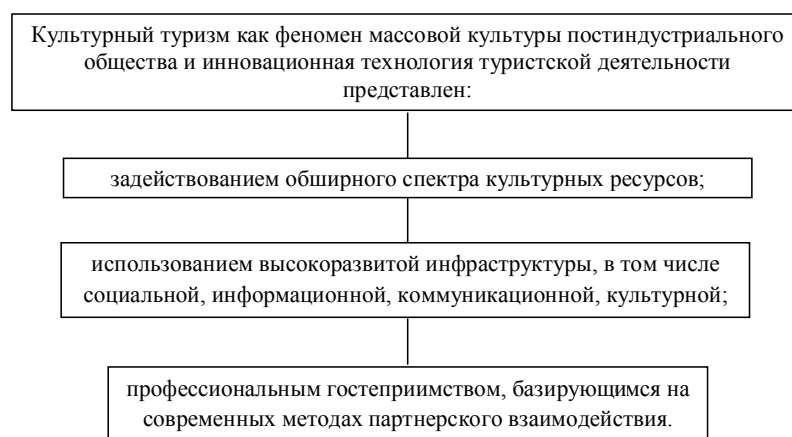


Рис. Культурный туризм как феномен массовой культуры постиндустриального общества и инновационная технология туристской деятельности.

В заключение следует отметить, что культурный туризм, как один из феноменов массовой культуры постиндустриального общества, анализируемый с точки зрения экономической деятельности, сформирован в процессе интеграции сильно отличающихся между собой экономических отраслей – культуры и туризма.

При этом сфере культуры, как никакой иной, присущ межсекторальный характер, который обуславливает сложность складывающихся взаимоотношений с туристской отраслью; процесс эффективного развития культурного туризма возможен при тщательном и продуманном соблюдении пропорций использования культурно-территориальных ресурсов рассматриваемой туристской дестинации.

Литература

1. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества: дис. ... д-ра филос. наук. М., 2003.
2. Коваленко Т.В., Пшеничникова Л.Л. Проблема информационной доступности объектов наследия и развитие культурного туризма в России // Культурно-познавательный туризм Юга России как стратегический ресурс укрепления российской государственности. Краснодар, 2015.
3. Benkler Y. The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom (1st ed.). New Haven, Conn, 2006.
4. Никешин Н.А., Рыбакова Ю.Л. Мировая экспансия культурного туризма // Материалы Форума по въездному и внутреннему туризму «Новый взгляд на Россию». СПб., 2008.

References

1. *Kostina A.V.* Mass culture as phenomenon of post-industrial society: synopsis of the thesis ... PhD (philos.), Moscow, 2003.
2. *Kovalenko T.V., Pshenichnikov L.L.* A problem of information availability of objects of heritage and development of cultural tourism in Russia // Cultural and informative tourism of the South of Russia as a strategic resource of strengthening of the Russian statehood. Krasnodar, 2015.
3. *Benkler Y.* The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom (1st ed.), New Haven, Conn, 2006.
4. *Nikeshin N.A., Rybakova Yu.L.* World expansion of cultural tourism // Forum Materials on entrance and internal tourism “A new view to Russia”. Saint Petersburg, 2008.

