

УДК 338.48:316 (035.3)

Т.И. Яковук

*д-р социол. наук, канд. культурологии, проф., проф. каф. политологии и социологии
Брестского государственного университета имени А.С. Пушкина*

РЕАЛИЗАЦИЯ МОТИВАЦИЙ СОВРЕМЕННЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ КАК СПОСОБ ИЗМЕНЕНИЯ СУБЪЕКТИВНОГО ОЩУЩЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

В статье представлены основные цели и мотивация современных путешествий и дальних выездов, а также их влияние на качество жизни путешественника в месте его постоянного проживания. Решения, связанные с путешествиями, являются для большинства людей достаточно сложными и обуславливаются причинами прежде всего культурного и материального характера. Структура мотивации туристических выездов является достаточно динамичной и может на протяжении жизни человека многократно меняться в зависимости от возраста, культурно-образовательного статуса, материального достатка, социального статуса, стандартов организации свободного времени. Немаловажными факторами являются мода на далекие выезды, здоровый образ жизни, а также жизненный и культурный опыт, приобретенный в ходе предыдущих поездок. Одной из основных мотиваций туристических выездов являются материальные и нематериальные подтверждения собственного пребывания в огромном жизненном пространстве.

В современном глобальном мире человек живет в качественно новой реальности: ослабление границ, мощное технологическое развитие и связанное с этим удешевление стоимости эксплуатации транспортных перевозок туристических потоков, а также практически онлайн-овое движение информационных потоков создают невиданные ранее в истории человечества возможности перемещения людей на самые далекие расстояния за все более короткое время. Именно мобильность определяет критерии современности противостоя всему, что привычно и традиционно, – монотонности жизни и скуке.

Сегодня быть современным означает возможность позволить себе отряхнуться от рутины повседневной жизни. Таким образом, путешествия становятся показателем социального статуса, маркером, определяющим место человека в социальной структуре. При этом важен не сам факт путешествия, а его характер (например, туры с целью отдыха, лечения, культурно-познавательные, учебные), а также, что не менее важно, его продолжительность и удаленность от места постоянного проживания. Чем дальше мы выезжаем, чем менее доступны для массового туризма места, которые мы посещаем, тем сильнее ощущение оригинальности или, как минимум, инаковости, отличия от типичных путешественников. Неделя, проведенная на берегу Красного моря в Египте в пятизвездочном отеле по программе All Inclusive и самостоятельное путешествие по джунглям и разоренным кровопролитными войнами городам и весям Камбоджи – это совершенно разные измерения опыта путешествий, понимания жизни, культуры и разнообразия современного мира. Это и иной статус в иерархии социальной структуры.

Как отмечает известный американский теоретик туризма Г. Данн, исследования мотивации туристической активности относятся к достаточно сложным, поскольку, во-первых, мотивация поведения не может быть непосредственной предпосылкой определения структуры мотивации ввиду того, что иногда человек совершает и не совсем осознанные поступки. Во-вторых, не всегда можно достаточно точно определить то, что притягивает туриста (pull): например, туристические достопримечательности, или то, что его подталкивает к выезду (push), т.е. полный комплекс его потребностей, стремлений, интересов.

Польский социолог туризма Р. Винярский, опираясь на выработанные психологией общие концепции мотивации (в частности, ранее описанные К.Б. Мадсенем современные теории мотивации), трактует туристическую активность как:

1. поведение, направленное на восстановление психического равновесия, как бегство от повседневности, как редукцию перенапряжения, выступающего в повседневной жизни (гомеостатическая модель);

2. реакцию на внешние факторы и информацию, представляющие определенный интерес и ценность, мобилизующую к действию с целью достижения определенной пользы, удовольствия или удовлетворения (побуждающая модель);

3. целенаправленную деятельность, хотя и обусловленную воздействием внутренних или так называемых познавательных структур, но реализуемую вполне осознанно на основе самостоятельно принимаемых решений (когнитивная модель);

4. творческую активность, способствующую самореализации, аутоэлитическую активность, базирующуюся на основе иных потребностей, но функционирующую автономно с опорой на специфическую туристическую потребность (гуманистическая модель) [2, с. 28].

Как следует из вышеизложенного, ни одна из представленных концепций не представляет полного механизма, регулирующего туристическую активность человека: их объясняющая и предикативная значимость сводится к определенным шаблонам поведения. Они не объясняют также мотивов выбора формы туризма и изменчивости интер- и интраиндивидуальной структуры мотивации. Нам представляется наиболее корректной холистическая концепция, принимающая во внимание как сложную структуру мотивации (содержание и иерархия мотивов), так и ее динамику (изменчивость, развитие).

Туризм является разновидностью активности человека, реализуемой в определенном времени и пространстве (физическом, социальном и культурном), благодаря которой он удовлетворяет свои потребности и стремления. Можно изначально предположить, что туристическая активность является результатом воздействия синтеза актуальных социокультурных факторов и ранее сформированной мотивационной структуры индивида. Социокультурные факторы, влияющие на туристическую активность в определенный момент, могут носить как экзогенный характер (информация, поступающая через экстерорецепторы), так и эндогенный (ощущение скуки, потребность «сброса» чрезмерной энергии, любопытство, поиск впечатлений); при этом сами по себе они не провоцируют определенной активности. Нельзя забывать также о том, что конкретная форма активности человека обусловлена не только социокультурными факторами, но и мотивационной предрасположенностью, сформированной на основе личного жизненного опыта.

Совокупность мотивационной предрасположенности, выражающей готовность демонстрировать определенную форму активности, в дальнейшем мы вслед за Р. Винярским будем называть «мотивационной структурой». Это понятие является сугубо теоретическим конструктом, введенным для обозначения внутренней организации, которая, накапливая, систематизируя и анализируя индивидуальный жизненный опыт, вырабатывает механизмы воздействия на поведенческие процессы.

Структура туристической мотивации, приводя в движение и регулируя с помощью мотиваций поведение индивида, подвергается воздействию убеждений, интересов, ценностно-нормативных ориентиров личности, т.е. сама структура и составляющие ее элементы пребывают в состоянии постоянного движения, поскольку меняются и социокультурные условия жизнедеятельности человека, и сам человек, его вкусы, взгляды, ценности. Структура туристической мотивации является источником мотивационных процессов, базирующихся на предыдущем туристическом опыте, приобретенных туристических навыках, а также на ожиданиях, связанных с реализацией потребностей и аспираций. Поэтому механизм туристической мотивации не может быть низведен до уровня редукции нехватки или излишеств в повседневной жизни, редукции расхождения между желаемым и действительным (гомеостатическая мотивация). Человек, активно занимающийся туризмом, часто выходит за пределы сложившихся в среде его обитания социокультурных условий, «перешагивает через барьеры», т.е. совершает трансгрессивные действия. Механизм этих

действий опирается на гетеростатическую мотивацию роста. Это означает, что достижение желаемых ценностей, являющихся предметом аспирации, не только не снимает мотивационного напряжения, но часто его даже усиливает. Например, туристическая активность может базироваться на познавательных, религиозных, экономических мотивах, ее неиссякаемым источником может стать мотивация поиска новых впечатлений, новых пейзажей, запахов, кулинарных изысков. Такие мотивы в эпоху массовой культуры и массового туризма, подпитываемого образцами рекреационного поведения, навязываемого обществом потребления, практически не поддаются простому перечислению, поскольку ежедневно и ежеминутно исчезают еще модные вчера маршруты, впечатления, туристические достопримечательности, а на их месте возникают сотни новых, не увидев которые нельзя, если хочешь быть модным и современным. Люди, занимающиеся туризмом, часто рушат материальные, исторические, социокультурные границы, познавая при этом новые миры, культуры, стили жизни. Способностью к трансгрессии, трансгрессивной активностью, как правило, отличаются творческие натуры: писатели, художники, музыканты, актеры, журналисты, ученые, а также молодежь, наделенная особым даром предчувствия еще не наступившего, но ожидаемого будущего, образцами которого насыщена массовая культура, реклама, образ жизни высокоразвитых богатых стран.

Туристическая активность позволяет любому человеку совершать эти трансгрессивные акты, приобщаясь тем самым к жизни других народов. Она дает возможность сравнить собственные жизненные позиции, ожидания, вкусы и предпочтения с теми, которые доминируют в иных культурах; способствует формированию новых линий поведения, ориентированных на адаптацию к стремительно меняющимся социокультурным условиям с учетом современных стилей жизни.

Изучение литературы по проблеме мотивации туристической активности, позволяет прийти к некоторым выводам.

1. Семья и школа оказывают незначительное влияние на формирование мотивации к занятиям рекреацией и туризмом, что объясняется их неготовностью руководить процессом правильной организации свободного времени.

2. В структуре туристической мотивации, регулируемой целым комплексом мотивов, доминируют те, которые соответствуют актуальным потребностям человека.

3. Изменчивость и развитие мотивационных структур в процессе «рекреационно-туристической карьеры» во многом определяются индивидуальным опытом человека и такими биосоциальными факторами, как пол, возраст, образование, профессия и т.п.

Богатство впечатлений, вписанное в сам факт любого путешествия, имеет непосредственную связь с качеством жизни, причем, прежде всего в его субъективных оценках. Если под способом понимания качества жизни предполагать жизненные ощущения в процессе «проживания» самой жизни, то вполне естественным и значительным оказывается влияние на это «проживание» жизни и понимание ее качества возникновение переживаний и познание невероятно иной действительности, которые оказываются возможными и доступными исключительно благодаря путешествиям и непосредственному включению в эту действительность хоть бы даже в качестве туриста, наблюдающего эту иную реальность из затемненного окна комфортабельного автобуса или фешенебельного отеля.

Качество жизни определяется, как известно, качеством повседневных переживаний, источники которого, по мнению польского социолога С. Ковалика, могут скрываться в субъективной познавательной системе. Поэтому центральным пунктом предлагаемой в данной статье концепции качества жизни является переживание, которое понимается вышеупомянутым Коваликом как внутренний процесс, базирующийся на обогащении результатов познания внешней окружающей действительности путем распознавания в ней ранее скрытых и поэтому недоступных элементов. Более того, в переживании существенным является ассоциация элементов собственного жизненного опыта с перцепций новой

действительности (креация воображения, различные фантазии, «додумывание»), а также отношение к информации о познаваемой новой действительности в перспективе их значимости для собственной жизни.

Качество жизни является более высоким, если перцепционная информация в состоянии ангажировать восприятие, воображение, мышление для пробуждения сферы переживаний. Если путешественник оказывается в окружении множества факторов, событий, то он в состоянии их воспринимать и включать в свой жизненный опыт. Во время усвоения опыта возникает много переживаний, а значит, повышается качество психической жизни. Противоположной является ситуация, в которой богатство факторов усваивается в процессе познания незначительно и не включается в собственный опыт [3, с. 29]. Поэтому на качество жизни влияет не только внешний мир, содержащий разнообразные факторы, но также и то, насколько знание об окружающем мире интегрируется с личным опытом путешественников.

Таким образом, анализ качества жизни требует осмысления эмоциональной окрашенности переживаний, их интенсивности, разнообразия, т.е. всего того, что непосредственно связано с фактом путешествий. При этом следует помнить, что качество жизни не является навсегда приобретенной собственностью, как раз наоборот: само ощущение качества жизни находится в постоянной динамике ввиду как изменения факторов социокультурной обусловленности, так и внутренних, личностных изменений, связанных, например, с возрастными показателями, с состоянием здоровья, взаимоотношениями с окружающими и прочими не менее важными маркерами.

Все поддающиеся измерению варианты пользы от путешествий, как более крепкое здоровье, «подправленная» красота, пестрые элементы биографии и, прежде всего, «обновленная» идентичность, обогащают не только жизнь в отпуске, но и последующую повседневную жизнь, наполненную рутинными и новыми заботами. В любом, даже не удаленном на большие расстояния выезде из места постоянного проживания мы переживаем свою жизнь гораздо более интенсивно, поскольку она протекает в новых жизненных реалиях. При этом оказывается, что мы познаем не только новые жизненные пространства, но и самих себя: свой физический, интеллектуальный, личностный потенциал. Даже хорошо подготовленный выезд в составе туристической группы в любую европейскую страну в состоянии продемонстрировать нам полезность нашего ранее приобретенного жизненного опыта. Так, только в далеких путешествиях, в чужом социокультурном пространстве мы можем дать объективную оценку нашим способностям и навыкам, например, ориентирования в условиях города или, скажем, реального знания иностранных языков. В таких случаях может оказаться, что не всегда познания наших сограждан в английском языке могут быть катастрофическими. В условиях стресса, связанного с отрывом от группы, туристы часто вполне сносно пытаются объясниться не только с теми, кто по роду своей деятельности много общается с иностранцами: с таксистами, туристической полицией и продавцами магазинов, – но и со спешащими по делам прохожими. С удивлением туристы-белорусы узнают о том, что практически все европейское население достаточно неплохо говорит по-английски, а молодежь владеет им просто блестяще.

В новых жизненных социокультурных реалиях проходят испытания наши врожденные и приобретенные способности контактировать с людьми, например, с такими же туристами, в условиях небольшого пространства автобуса, в котором сталкиваются разные, порой диаметрально противоположные представления о культуре организации своего места в транспорте, личной гигиены, корректного поведения, т.е. о культурной дистанции. Таким образом, пользу от путешествий можно определить как:

- 1) расширение жизненных горизонтов за счет познания новых стран и континентов;
- 2) понимание и осознание социокультурных различий между людьми, странами, культурами, жизненными перспективами;

- 3) дальнейшее развитие умений и навыков справляться с эмоциями и стрессами;
- 4) планирование и достижение целей, в том числе связанных с накоплением технологических, информационных, финансовых, временных и культурных ресурсов, необходимых для совершения путешествий;
- 5) реализация более широких возможностей визуального потребления;
- 6) изменение взгляда на собственное «Я» путем анализа проявления в путешествиях силы, слабостей, приоритетов, т.е. «обновление» идентичности, связанное с культурной трансформацией личности.

Подводя итоги вышеизложенного, мы можем утверждать, что реализованные мотивации путешествий, особенно в географически и культурно отдаленные регионы мира, сопровождаются глубокой рефлексией, связанной не только с осмыслением окружающей действительности, но и саморефлексией. Переоценка собственного культурного капитала, протекающая в новых жизненных условиях, безусловно, меняет представление о качестве собственной жизни. Возможность сравнения своей страны, ее историко-культурного наследия с культурой и менталитетом жителей посещаемых стран, проявление туристами личностных качеств, приобретенные цивилизационные навыки и способности к межкультурному контакту изменяют их представления о себе.

Реализация мотиваций путешествий, проявившаяся самим фактом возможности быть мобильным, подтвержденная культурным, финансовым и физическим потенциалом, повышает ощущение качества жизни. Более того, реализованные мотивации туристических выездов не только способствуют изменению оценки качества собственной жизни, но и формируют круг задач, решение которых позволит в будущем вывести свой социокультурный потенциал на новый, более высокий уровень, и, следовательно, не только подтвердить свои оценки качества жизни, но и улучшить их.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Stasiak, A. Kultura a turystyka – wzajemne relacje / A. Stasiak // Wielokulturowość w turystyce / E. Pucharewicz (red.). – Warszawa : LIBRON, 2007. – S. 47–62.
2. Winiarski, R. Turystyka w naukach humanistycznych / R. Winiarski. – Warszawa : PWN, 2008.
3. Kowalik, S. Jakość życia psychicznego / S. Kowalik // Jakość rozwoju i jakość życia / W. R. Derbis (red.). – Częstochowa : WSIP, 2000.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 20.02.2015

Yakovuk T.I. Realization of Motivations of Modern Journeys as a Means of Changing the Subjective Perception of the Quality of Life

The article presents main aims and motivations of modern journeys, reasons for faraway tours as well as their influence on the traveler's quality of life at the place of his permanent residence. Decisions connected with travelling are for most people rather complicated and are governed by the wide range of reasons, first of all of cultural and financial character. The structure of motivations of tourist trips is quite dynamic and can change many times throughout the life time depending on the person's age, cultural-educational status, welfare, social status, standards of organization of the free time typical for the closest surrounding. Not the least of the factors is the fashion for faraway trips, healthy lifestyle as well as life and cultural experience acquired during previous journeys. One of the main motivations for travels is material and non-material confirmation of own presence in the huge life space. The evidence of being in the boundless global world in this context is the souvenirs, photos, videos, symbols of the local culture, essential elements of the holiday scenario. In conclusion the article deals with the connection between emotions experienced during the journey and the all-round development and subjective aspects of the quality of life.