

Время и пространство в современных исследованиях туризма*

Наталья Рыжова

Доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник Департамента Азиатских исследований,
Университет Палацкого в Оломоуце
Заведующая лабораторией Института экономических исследований ДВО РАН
Адрес: ул. Крижковского, 511/8, г. Оломоуц, Чешская Республика 77900
E-mail: n.p.ryzhova@gmail.com

Татьяна Журавская

Кандидат социологических наук, старший научный сотрудник,
Институт экономических исследований ДВО РАН
Доцент Школы экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет
Адрес: ул. Тихоокеанская, д. 153, г. Хабаровск, Российская Федерация 680042
E-mail: wellschy@mai.ru

Любое туристское путешествие можно описать двумя категориями — перемещением в географическом пространстве и в социальном времени. Однако если пространство почти всегда эксплицитно присутствует в исследованиях туризма, то *социальное время* часто оказывается значимой, даже фундаментальной, но имплицитной категорией. Авторы обзора отталкиваются от того, что астрономическая, линейная концепция времени, традиционная для экономико-географических исследований туризма, не позволяет объяснять сложности современного мобильного мира, который создается в том числе благодаря демократизации туризма. Объяснение сложностей требует применения социальной концепции времени, в которой сосуществуют сложные, многослойные отношения между живыми и неживыми мобильными и немобильными акторами, выстраивающими (*не*)последовательные, (*не*)длительные связи между прошлым, настоящим и будущим. Авторы показывают, как нелинейное, непоследовательное социальное время было «вшито» в основные тематические направления социальных исследований туризма, а именно: исследования аутентичности, исследования туризма как обряда перехода от повседневности к праздности и в исследования глобальных туристских ландшафтов. Этот литературный обзор предваряет и объединяет подборку эмпирических статей, посвященных таким разным формам туризма на Востоке России, как: а) китайский въездной туризм, б) приграничные шоп-туры и в) профессиональные путешествия исследователей. Авторы приходят к заключению, что именно внимание исследователей к социальному времени позволяет понять, что демократизация туризма (приходящая с открытием границ, со смешением туризма с повседневной или профессиональной жизнью, а также с развитием новых технологий) является важнейшим способом, который позволяет конструировать совместный опыт проживания в современном мире, синхронизировать множественные темпоральные миры, а также управлять политически не нейтральным разнообразием темпоральностей.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Европейского регионального фонда развития, Проект «Синофонное приграничное — взаимодействие на окраинах», CZ.02.1.01/0.0/0.0/16_019/0000791.

The work was supported from European Regional Development Fund Project «Sinophone Borderlands — Interaction at the Edges», CZ.02.1.01/0.0/0.0/16_019/0000791.

Работа опубликована при поддержке Программы «Университетское партнерство».

Ключевые слова: экономгеографическая и культурологическая траектории исследования туризма, путешествие в географическом пространстве и социальном времени, аутентичность, повседневность и праздность туризма, глобальные туристские ландшафты

Представляемая в этом номере подборка статей не была частью одного исследовательского проекта. В рамках сбора эмпирических данных каждый из нас отвечал на свой вопрос, спорил со «своими» авторами. Встретившись на онлайн-семинаре «Кросс-границная мобильность на Востоке России» в Университете Палацкого в Оломоуце, мы решили предпринять совместное интеллектуальное усилие и прийти к общему языку описания *кросс-границного туризма*. Это оказалось непростой задачей: даже ссылаясь на одних и тех же авторов, социологи не всегда легко договариваются с антропологами, и оба — с социолингвистами. По этой причине в течение полугода на ежемесячном семинаре мы обсуждали разные тексты, подходы и концепции и остановились на категориях пространства и социального времени, при помощи которых, как нам кажется, мы не просто можем по-новому осветить свои сюжеты, но через них понять другие.

Конечно, выбор пространства и социального времени не был случайным: как выяснилось, эмпирические данные не раз подталкивали каждого из нас к похожим исследовательским вопросам. В общем виде это можно сформулировать таким образом. *Почему путешествие в географическом пространстве, знакомство с туристическими объектами оказывалось не только (и даже не столько) перемещением в астрономическом времени, сколько путешествием во времени социальном — редко в будущее, часто в прошлое, еще чаще — в «чужое» для нас или наших мобильных акторов время?*

В частности, Олаф Гюнтер участвовал в туре по «следам Александра фон Гумбольдта», который рекламировался как путешествие в прошлое. Результатом для него стало понимание того, что время «продается» как некое пространство, контейнер, в который турист может «зайти». Экспедиция Владимира Дегтяря «к удэгейцам», вылившаяся в методологический текст, начиналась как воображаемое путешествие в прошлое, но в какой-то момент пришло удивление, насколько это прошлое, часто «кочующее» и по произведенным недавно текстам, расходится с удэгейским настоящим. Это привело антрополога к концепции «этнографического и туристского пространства», в котором смешиваются позиции антрополога и туриста, следующих за придуманным образом объекта. Наша собственная работа о перформативности шоп-туризма стартовала с вопроса о том, почему жители приграничного Благовещенска, долгое время совершавшие шоп-туры и при этом путешествующие к китайским соседям «как в далекое советское прошлое», вдруг осознали, что в прошлом оказались они сами; а закончилось идеей о существовании разных типов пространств сетей, из которых и в которые акторы могут «выплетаться» и «вплетаться». Наконец, в статье Алины Карелиной рассматривается

аутентичность туристских объектов и кажется, что ни время, ни пространство не определяют метаязык этой работы. Ситуация резко меняется, когда исследовательница обнаруживает, что единственный объект, который связывает китайские и российские категории аутентичности, — это «музей советского быта», существующий в восприятии китайских и российских туристов в совершенно разных временных координатах.

Договорившись о базовой для нас категории социального времени, мы также поняли, что она, в отличие от пространства, часто оказывается значимой, даже фундаментальной, но скрытой, имплицитной для субдисциплины «социология туризма». *В этой статье мы хотим показать, почему артикуляция социального времени так важна; что дает пристальное внимание к сложным, многослойным отношениям между живыми и неживыми, мобильными и немобильными акторами, перемещающимися не только в географическом пространстве, но и в (не)последовательных, (не)длительных связях между прошлым, настоящим и будущим.*

Демонстрацию важности социального времени для понимания туризма можно провести, вспомнив о множественности темпоральных миров¹, и об идее Шюца (2003) о том, что для их координации недостаточно находиться в одном пространстве и в одном «космическом» времени, а необходимо коммуницировать в «живом настоящем», то есть конструировать совместный опыт, синхронизировать время. Переводя эту идею в плоскость туристских исследований, можно сказать, что люди, проживающие по две стороны тотально (физически, экономически, информационно) закрытой границы на расстоянии, скажем, одного километра, живут в десинхронизированном социальном времени. Их вдруг начавшиеся взаимные поездки ничего не изменят, если не появится совместный опыт. Невнимание к отсутствию такого опыта, а значит, к десинхронизированной темпоральности позволяет не обращать внимания на то, что турист как мобильный субъект остается носителем собственного времени, а немобильный местный вынужден (хотя бы частично) принимать это время, подстраиваться к нему и становиться жертвой специфичной формы власти. Скажем, гость отеля международного класса, расположенного на экзотическом острове, не интересуется повседневными ритмами жизни обслуживающего его персонала, а местные, наоборот, вынуждены подстраивать свои социальные ритмы и практики под нужды гостя.

В отличие от данного примера с бинарной — и, конечно, упрощенной — оппозицией (турист vs местный), авторов нашей тематической подборки интересуют кейсы, в которых дихотомия едва ли возможна. Это шоп-туристы, для которых заграничная поездка выступает одновременно и способом заработка, и видом досуга, что идет вразрез с существовавшим долгое время противопоставлением обычного времени и праздным временем туризма. Мы обращаемся к опытам тех китайских туристов, которые физически путешествовали в пространстве, и тех, кто предпринял его в виртуальном мире. Таким образом, нас интересуют не толь-

1. Социологический взгляд, например, предлагается в: Lefevre, 2004, а антропологическая традиция представлена в: Shove, Trentmann, Wilk, 2009.

ко люди, физически перемещавшиеся между географическими координатами, но и люди, физически остававшиеся дома. В одной из статей мы изучаем совместную мобильность с со-участниками (а не «объектами») исследования, где опыты антрополога и туриста не противопоставляются, а смешиваются. Наконец, наши мобильные акторы не ограничиваются только живыми существами: агентность у нас имеет горная лава и табличка на научном институте.

Хотя текст написан в жанре литературного обзора, мы не ставили своей задачей сделать его максимально полным. Вместо этого мы стремимся, наряду с предварительными замечаниями к нашим эмпирическим текстам и обсуждением связей между ними, раскрыть тезис о том, что социальное время (вместе с пространством) может претендовать на метаязык для описания феномена туризма.

Экономгеографическая и культурологическая траектории

Исследования туризма развиваются по двум почти непересекающимся траекториям². Первая — в большей степени *экономгеографическая* — берет свое начало в прикладных исследованиях немецких и австрийских авторов начала XX века (Hsu, Gartner, 2012; Tribe, 1997). Причина выделения этой области знаний очевидна: зародился туризм среднего класса, став фактором экономического развития Австрии, Германии, Италии, Швейцарии. Хотя эта траектория развивается до сих пор достаточно активно, теоретические концепции в ней почти не развиваются: являясь прикладной, она обслуживает потребности туристской индустрии (Berghoff et al., 2002). Интересно, что среди русскоязычных исследований преобладают именно такие: к такому выводу можно прийти, рассмотрев, например, тематику защищенных диссертаций по социологии: «Туризм как элемент рыночной экономики современной России», «Влияние туризма на социально-экономическое положение региона», «Социально-экологические проблемы становления и развития туристско-рекреационной зоны» и т. п. (Михеева, 2013).

Вторая — скорее *культурологическая* — траектория, опирающаяся на концепции социологии и антропологии, а также культурной географии, начала активно развиваться в англоязычных текстах примерно с 1960-х. Одним из объяснений формирования интереса (в начале у социологов, затем — у антропологов к этой тематике) — появление массового туризма. Русскоязычные тексты, вписанные в эту траекторию, пока менее многочисленны (Шапинская, 2011; Кононенко, Лаврентьева, 2019; Лысикова, 2011; Головнев, 2016) и нередко посвящены популяризации исследований, выполненных за рубежом (Новгородцева, 2009б; Лысикова, 2009; Воронкова, 2013).

2. Следует упомянуть, что англоязычная литература даже настаивает, что до 1960 года социальные исследования туризма и вовсе отсутствовали. Вместе с тем в немецкоязычных источниках обсуждались вопросы путешествий ради потребления и проведения досуга, ставшие на долгие годы предметом изучения таких общепризнанных ныне «отцов-основателей» социологии туризма, как Е. Коэн и Д. МакКаннелл. См. об этом: ШПОде, 2017.

В работах экономгеографической траектории время представлено в основном в его астрономической концепции, то есть как линейное время, развивающееся через настоящее к будущему (Хокинг, 2001). Напротив, социальные концепции, где движение времени совсем не обязательно совершается от прошлого через настоящее к будущему или где возможны множественные темпоральности (Сорокин, Мертон, 2004), встречается чаще в текстах культурологической траектории.

Основы современных *экономгеографических исследований* туризма, в которых рассматривается время, заложены в трудах таких авторов, как Т. Хагерstrand (Hägerstrand, 1967a), Т. Карлстайн (Carlstein et al., 1978), А. Р. Пред (Pred, 1981a, 1981b). Исследователи изучают бюджеты времени туристов (Schafer, 2000; Schafer, Viktor, 2000), рассматривают траектории и потоки мобильностей в пространстве и во времени (Hall, 2004, 2006). Этот подход часто не позволяет учитывать характерное для постмодерна сжатие пространства-времени, отказаться от бинарных оппозиций, ставших неактуальными из-за изменений современных укладов и ритмов жизни. Однако в отличие от 1960-х, когда писал Хагерstrand и когда дихотомия туризм vs повседневность имела существенно больший смысл, сейчас, из-за достижений в области транспортных и коммуникационных технологий, возможность преодолевать большие расстояния, чтобы заниматься различными формами досуга, стала частью рутины для многих «обычных людей». При этом часто сложно отделить туризм и, например, деловую поездку, в результате сама оценка траекторий деловых и туристских мобильностей теряет свой смысл.

Напротив, в современных условиях *культурологическая траектория* все больше актуализируется. Однако для нее и ее «классических» тем (таких как аутентичность, повседневность, мобильность) время часто оказывается элементом, настолько встроенным в объясняющие конструкции, что необходимы специальные усилия, чтобы его «заметить». Будучи замеченным, произнесенным, артикулированным, социальное время открывает и совершенно новые исследовательские горизонты. Далее мы обсудим, почему.

Аутентичность и путешествия по воображаемой «шкале развития»

Пожалуй, самой «классической», обсуждаемой с 1970-х годов темой в исследованиях туризма стала *аутентичность* (подлинность, первозданность, дистанционность). Д. МакКаннелл (MacCannell, 1976) был первым, кто заявил, что современные туристы мотивированы поиском подлинности, которую они надеются обнаружить в своих поездках. Обнаружение ускользающей аутентичности позволяет получить опыт, разрушенный аномальной, нестабильной современностью. Иначе говоря, турист, по мнению МакКаннелла, ищет иное, *другое место и время, убегая от места и времени*, в которых он сам проживает. Однако единственная аутентичность, доступная туристу, — это та, которую для него инсценируют или искусственно создают. Вслед за МакКаннеллом об аутентичности писали десятки исследователей (Bruner, 1996, 2001; Cohen, 1988; Olsen, 2002). Некоторые даже пришли

к согласию, что аутентичность — это не качество объекта, но культурная ценность, постоянно создаваемая и пере-изобретаемая в социальном процессе. Другие, критикуя идеи МакКаннелла, утверждали, что не существует четкой границы между культурой в туризме и культурой в реальной жизни; либо это культура, произведенная для туристов, фактически ставшая частью основных форм самовыражения местных культур, а также местной самобытности и обычаев (Adams, 1990; Volkman, 1990).

Такое прочтение туристского взгляда как движения в пространстве и социальном времени представлено в работе Алины Карелиной, включенной в нашу подборку. Автор отталкивается от того, что сфера туризма как форма досуга часто организуется как технологизированный способ предоставления туристам и потребления ими «подлинности», в том числе постановочной, мистифицированной. Интересен вывод автора о том, что подлинность, аутентичность для китайских туристов едва ли связана с социальной историей или тем более повседневной жизнью посещаемых мест, но с натуральностью, природностью, естественностью материала, объекта, места. Китайские туристы — это наблюдатели, которые находятся за пределами аутентичного пространства, они «входят» в туристские места как в «контейнеры». Этот вывод только усиливается, когда автор сравнивает китайскую категоризацию аутентичности с той, что производят русские туристы. Частичное пересечение двух культурных категорий аутентичности происходит только в «музее социалистического быта», который и у одних, и у других рождает ностальгию. Однако эта ностальгия для китайских туристов — историческая, не связанная с совместным опытом и не направленная на его приобретение, а для российских туристов — это личная ностальгия по детству, счастливым моментам прошедшей жизни.

Таким образом, социальное время китайских и российских туристов синхронизируется по отношению к себе, своим переживаниям, но не друг к другу. Китайскому туристу не удастся сбежать в «чужое время» и хотя бы временно встроиться в социальную жизнь посещаемого места, в результате его тур и полученный опыт не выходит за рамки «контейнера», созданного для туриста и воображаемого туристом. Эта особенность, видимо, не сильно отличается от опыта китайского туризма в мире. Так, Я. Чан утверждает: «Аутентичность, в том смысле, в каком она определена МакКаннеллом, не особенно волнует китайских туристов, очень редко они искали бы „естественность“ и простоту, более чистые формы жизни, как и не выражено у них стремление к более глубокому общению с местными жителями в незнакомых местах» (Chan, 2006: 200). Причина этого, видимо, состоит в том, что большая часть китайского выездного туризма до сих пор организована как пакетный туризм, когда туристы не предоставлены сами себе, они селятся в одних и тех же местах, едят в одних и тех же ресторанах и покупают одни и те же сувениры (Chan, 2008).

Время в теме аутентичности может быть представлено не только через идею побега от собственного времени/пространства, но и через «измеряемую шкалу»

в категориях развития и модерна. При этом исследователи отмечают, что туристы могут в своем воображении отправляться в будущее индустриальных городов (Ferraris, 2014), но чаще они отправляются — или их отправляют турагентства — в прошлое.

Оборотной стороной этого «измерения» является то, что макканнеловский турист, видимо, предполагает, что различные места на Земле представляют различные исторические моменты в воображаемом хронологическом масштабе развития человечества от древности (традиционности) к современности (и постмодерну). Таким образом, современный путешественник в пространстве в некотором смысле путешествует и во времени к местам, которые «более примитивны» и «менее развиты». Во многих публикациях такая интерпретация аутентичности связывалась с концепциями постколониализма (Hardt, Negri, 2005) и/или ориентализма (Said, 1978). Туризм в этом случае становился нео- или постколонизацией или потреблением «Западом» других, менее развитых «Восточных» мест. Исследователи, работающие в этой логике, утверждали, что неокolonизм «похож на подчинение “туземцев” через дискурсивную колонизацию» (Shome, 1996: 14) или через воображение, восприятие, фантазию (Salazar, Graburn, 2014).

Эмпирическими свидетельствами этой «дискурсивной колонизации» являются, например, критические деконструкции туристской литературы, рекламы и путеводителей, в которых представлены стереотипы превосходства Запада и рационализированы мифы о восточной экзотике и примитивности (Bhattacharyya, 1997; Tickell, 2001; Chaudhary, 1996, 2000). «Экзотичность», которую туристы ищут в бывших колониях, становится представлениями, фантазиями о колониальном опыте (Salazar, Zhang 2013). Выбор того, что включать и что исключать из туристских аттракций (Echtner, Prasad, 2003), а также то, как презентовать время, почти ушедшее, но сохраненное, не является бессистемным. Курортные анклавы и отели «международного уровня» увековечивают колониальные формы взаимодействия, которые рассматривают экзотику как неполноценную (Hottola, 2005).

Впрочем, постколониальная оптика поиска аутентичности часто оспаривается, как и дихотомическое противопоставление гостей и местных (Brennan, 2004). Интерпретация через поиск аутентичности сельских экологических форм отдыха или бэкпекерских путешествий в Гималаи позволяет увидеть, что многие современные туристы проводят досуг не ради «демонстративного потребления». Новые формы «моральных» путешествий привлекают внимание к экологической или социальной справедливости, а позитивный поиск того, что стоит увидеть, сделать, попробовать, узнать, сохранить, позволяет сближать глобальное и локальное, лучше понимать собственные и чужие традиции, осознавать свое место в мире (Picard, 2008; Meethan, 2002).

В нашей подборке мы пытаемся расшить это противоречие и показать, как и почему путешествие, даже начинаясь как движение «в менее развитое прошлое», «в воображаемое далеко», может обернуться переосмыслением, пересборкой собственного места на вымышленной траектории развития. В тексте Татьяны Журав-

ской и Натальи Рыжовой обсуждается «работа» по перенастройке социального времени «диких экономистов» («торговцев» и «покупателей»), живущих в приграничных городах. Эту «работу» выполняет рынок: рынок как повседневные знания об экономике, как практики торга и как базар, который выходит на авансцену приграничного города. Для этого авторы используют концепцию перформативности и систему различений экономики качеств. «Герои» этой статьи, в отличие от «пакетных» китайских туристов, не остаются в «контейнере», они из него выходят благодаря туристским практикам, сплетенным с другими — деловыми, покупательскими — мобильными практиками их повседневной жизни.

Повседневность vs праздность туризма: время как переход

Повседневность (vs досуг, праздничность) — не менее «классическая» тема в исследованиях туризма, чем аутентичность. Время в эту тему «вшито» не через перемещение, путешествие в пространстве как во времени, а через анализ рутинизированных социальных практик, которые упорядочиваются во времени и пространстве. Представляется, что долгое время наиболее влиятельной здесь была работа Н. Грейберна (Graburn, 1983), который предложил рассматривать туристское путешествие как обрядоподобный переход. Анализируя опубликованные к тому времени тексты о туристских приключениях и домашней рутине (Lett, 1983; Wagner, 1977), Грейберн предложил использовать идею В. Тернера (Turner, 1969) о противопоставлении повседневной жизни (профанном времени) и игрового, досугового (как бы сакрального) времени. Таким образом, туризм — это разновидность ограниченного во времени ритуала, разрывающего естественную логику повседневного времени.

Концептуализация туризма через аналогию обряда перехода предлагает очевидную возможность обратить внимание на то, как (не) происходит координация темпоральностей. Во многих исследованиях встречаются весьма эмоциональные описания душевного состояния путешественника, внезапно понявшего, что он находится в чуждом времени, в другой эпохе.

Погружение в чуждую повседневность меняет определенные элементы собственной жизни, например, потребность обладания благами, некоторые социальные ритуалы начинают казаться «лишними», «мелкими», «не важными». Например, М. Кааристо и Р. Ярв (Kaaristo, Jarv, 2012) показывают, как хозяева (владельцы ферм и экскурсоводы) создают для своих гостей различные временные ландшафты. Измененное восприятие времени, неожиданные временные переживания места предлагаются гостям как противовес спешке повседневной жизни.

Идеи о противопоставлении повседневного и туристского (праздничного, необычного) развились в изучение так называемого «туристского воображения», то есть того, как туристы придумывают, воображают себе желаемые места для посещения (Di Giovine, 2014). Исследовательское внимание ко времени здесь может проявляться, например, в том, что М.-Ф. Ланфант и Грейберн (Lanfant, Graburn,

1992) назвали стремлением попасть туда, где присутствует «запах смерти», то есть стремлением к чему-то редкому, исчезающему, уходящему, старому, созданному в веках.

Относительно недавно тема повседневности в туризме «потребовала» постмодернистского отказа от бинарных оппозиций, таких как гость vs турист, туризм vs миграция, тур vs деловая поездка (Cohen, Cohen, 2012, 2019). В отличие от 1980-х, когда социальные ученые видели в туристе «завоевателя», «миссионера» или агента изменений культуры менее развитых стран (Nash, 1981), с 2000-х и сам турист перестал быть экзотикой, и в туризме уже не видят способ экзотизации другого. Туризм стал новой повседневностью, модальностью, которая организует современную, в том числе транснациональную повседневную жизнь (Franklin, Crang, 2001). Эта де-дифференциация туризма от повседневной (Uriely, 2005) или профессиональной жизни (Bruner, 2005) привела к тому, что стали активнее применяться и общие для социологии и антропологии концепции и подходы, в том числе и такие, как перформативность, социальная топология, мобильный метод и т. п. (Cohen, Cohen, 2019).

В тексте Владимира Дегтяря, включенного в нашу подборку, представлен «мобильный этнографический эксперимент» в виде рефлексии о том, как в процессе синхронизации воображаемых прошлого и настоящего конструируется профессиональная повседневность антрополога. Вспоминая здесь еще раз метафору «контейнера», очевидно, что герой этой статьи (он же автор) не может остаться в «контейнере» сам и, конечно, не может его найти в этнографическом поле. В своем тексте автор несколько раз возвращается к образу «нового», «утонченного», «серьезного», «глубинного» туриста, которого необходимо вооружить этнографическими знаниями и рефлексией для понимания культуры принимающей стороны, или для синхронизации социального времени. Сопоставляя этот тезис с тем выводом, к которому приходят авторы работы о кросс-граничном шопинге, хотим подчеркнуть, что знания, в рамках которых синхронизируется социальное время, видимо, совсем не обязательно должны быть связаны с этнографической «глубиной» и «серьезностью». Знания совсем другого рода — о ценах, калькуляции, рынках — тоже совсем неплохой культурный переводчик мобильного мира.

Глобальные туристские ландшафты

Мобильности — одна из самых активно обсуждаемых тем в современных культурологических исследованиях туризма. Есть даже основания предполагать, что исследования туризма перестанут быть отдельной субдисциплиной, но станут частью исследований мобильностей. Этот сдвиг произошел из-за отказа от де-дифференциации (Cohen, Cohen, 2015; Hannam, Sheller, Urry, 2006), о котором мы говорили выше, но также из-за смещения внимания от туриста, туристского объекта или дестинации к «гибридам» человека и нечеловеческих объектов.

Особенно ценные, часто цитируемые в этом направлении работы опубликованы Дж. Урри (Urry, 2002, 2007), который утверждал, что распространенные сейчас множественные способы путешествия (телесные, виртуальные, воображаемые) не просто отражают и/или формируют различные туристические представления (tourist gaze), но и являются частью «сжатия временного пространства», сопутствующего глобализации: туризм «гибриден, потому что состоит из совокупности технологий, текстов, изображений, социальных практик и т. д., которые вместе позволяют ему расширяться и воспроизводить себя по всему миру» (Urry, 2002: 144).

Время и пространство для туризма-как-мобильности имеет даже большее значение, чем для тематик аутентичности или повседневности, и при этом время и мобильность здесь еще больше сплетены, неотделимы друг от друга. Для понимания этой связанности весьма полезными оказываются идеи, предложенные в рамках акторно-сетевой теории (АСТ), даже несмотря на частую ее критику, в которой отмечается, что в ней удалось предложить «сильную теорию пространства», но «слабую теорию времени» (Астахов, 2017).

Самым очевидным способом «оценить» значение идей АСТ для развития исследований туризма оказывается «следование за актерами». «Следование» позволит увидеть, что близость или дальность туристов от объектов туризма не являются продуктами расстояния и времени на его преодоление, а результатом работы сетей. Отель на Карибах как часть туристского ландшафта находится в близости к английским туристам, и наоборот — турист из Лондона как часть туристского ландшафта находится в близости к карибскому отелю. Напротив, район, прилегающий к тому же карибскому отелю, но не вплетенный в туристский ландшафт, находится в дальности по отношению и к отелю, и к туристу, и к доставляющему его самолету. Сети, состоящие из самолетов, такси, информации в интернете, турагентов, отеля и туристов, таким образом отодвигают, убирают соседние с отелем регионы.

Развивая метафору Б. Латура (Latour, 1997: 144), турист, следующий в туристском ландшафте, легко и с комфортом передвигается по сети, а женщина-близнец этого туриста, высаживаясь в (нетуристских) джунглях и прорубаящая свою «тропу» сквозь дремучие заросли несетевого пространства, имеет дело с различными сопротивлениями акторов. У каждого из этих акторов есть свой маленький мир, свой пространственно-временной режим. Она прокладывает тропу, ее тело изменяется по мере продвижения, покрываясь ссадинами, царапинами, морщинами. Вплетая эту метафору в тезис нашей подборки — сталкиваясь с другими актерами, она синхронизирует свое время с их временем, она «страдает» и страдая, трансформируется, тогда как ее брат-близнец, путешествующий в сети глобального туризма, — просто перемещается. Таким образом, пространство ассоциируется с перемещением, а время — с трансформацией.

Такое прочтение идеи туристского ландшафта предложено в работе Ван дер Дуйма (Van der Duim, 2005), который развивает не только и даже не столько идеи Латура, сколько — применяет принципы описания мира в духе социальной топо-

логии А. Мола и Дж. Ло (Mol, Law, 1994), в которой гораздо сильнее, чем у Латура, представлено время. Туристские ландшафты (tourismscape) у Ван дер Дуйма «похожи на предложения. Каждый элемент (подобно слову в предложении) связан с другими элементами (подобно другим словам в предложении) в синтаксисе, который объединяет людей, артефакты и окружающую среду. Удалите одно слово, и предложение станет бессмысленным» (Van der Duim, 2005: 97). Изолированные, статичные люди, как пишет Дуйм, становятся частью туристических ландшафтов, только если они воплощают свой досуг, объединяясь с другими материальностями (автомобилями, самолетами, ресторанами, кемпингами, природными объектами, холмами и озерами, флорой и фауной, достопримечательностями), а также информацией и медиа (путеводителями, газетами, изображениями, картами, маршрутами). Это объединение, или упорядочивание, — тот эффект, который генерируется в сети разнородных элементов и производит и туристский объект, и туриста.

Идеи перемещений, трансформации в пространстве и времени, а также идея символической презентации материального объекта и материального обрамления социальных отношений, которые все вместе и производят туризм, обсуждаются в одном из текстов нашей подборки. Олаф Гюнтер использует метафору «контейнера», которая на первый взгляд тотально противоречит способу описания глобального мира в терминах мобильностей и сетей. Однако, как и в нескольких других наших текстах, именно эта метафора оказывается полезной: с ее помощью Гюнтер описывает опыт путешествия «по следам», в рамках которого турист посещает пространство «контейнера» и при этом переживает опыт путешествия во времени. Иными словами, «контейнер» Гюнтера — это не часто критикованная ранее законсервированная для туристов территория, но упакованное пространство-и-время. Рассматривая другие варианты пережитых им и его спутниками опытов путешествий во времени, Гюнтер предлагает альтернативные взгляды на метафоры потока и сети и показывает, что время — это пространство, а пространство — это время.

Заключение

Завершая наш обзор, еще раз подчеркнем, что социальное время важно не только для наших эмпирических работ, оно имеет принципиальное значение для исследований туризма в целом. Именно внимание к социальному времени позволяет понять, что демократизация туризма (приходящая с открытием границ, со смешением туризма с повседневной или профессиональной жизнью) является важнейшим способом, который позволяет конструировать совместный опыт проживания на Земле, синхронизировать множественные темпоральные миры, а также управлять тем, что можно назвать политически не нейтральным разнообразием темпоральностей. Это утверждение еще раз отражает общий тезис нашей подборки и объясняет важность дальнейшего эксплицитного изучения туризма сквозь призму социального времени.

Когда стартовали наши проекты, никто не мог и предположить, каким актуальным, даже злободневным окажется наш вывод о глобальной социальной значимости туризма. Никто не мог предсказать, что всё возрастающие физические и телесные мобильности (Урри, 2012) могут почти остановиться. Среди всех отраслей глобальной экономики от неожиданной вспышки вируса COVID-2019 в наибольшей степени пострадал международный туризм³. Более того, есть основания полагать, что туризм продолжит страдать и далее⁴, во-первых, потому что не все туристские бизнесы выживут в кризис, а во-вторых, потому что могут измениться правила организации перемещений и отдыха.

Вопреки всем тенденциям последних десятков лет, вопреки тому, что всемирно известные эксперты и ученые утверждали, что такие широко обсуждаемые угрозы безопасности, как 11 сентября, атипичная пневмония, взрывы в метро, почти не сказывались на глобальных туристских потоках (Урри, 2012: 69), COVID-2019 вдруг показал нам вероятность отказа (надеемся, временного) от мобильности как «современного способа проживания» на нашей планете (Там же). Люди, привыкшие к путешествиям, с опаской прислушиваются к пессимистическим прогнозам политиков и медицинских экспертов об ожидаемой/предлагаемой продолжительности закрытия национальных границ⁵. Полностью закрыты или закрыты для большей части мира известнейшие туристские «якоря», собиравшие миллионы туристов ежегодно⁶. Авиаперевозчики и собственники туристской инфраструктуры по всему миру подсчитывают убытки, а кто-то готовится к банкротству⁷. Туркомпании разных стран обсуждают стратегии развития отрасли совсем без въездного потока или в кругу избранных стран, победивших вирус⁸. Жители удаленных морских или горных поселков Хорватии⁹, Грузии¹⁰, Непала¹¹, чьи бюджеты сильно зависят от сезонного притока туристов, с ужасом думают об альтернативных источниках выживания или открывают границы, не считаясь с опасностью.

Более того, очевидно, что туризм — это далеко не только бюджеты страны, фирмы или отдельной семьи, а его резкая остановка из-за угрозы всеобщего зараже-

3. International Tourist Numbers Could Fall 60–80% in 2020, UNWTO Reports. <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

4. Asia and Europe Look to Restart Travel Industries after COVID-19 «war». <https://www.euronews.com/2020/07/10/asia-europe-tourism-after-covid-19-when-will-people-be-ready-to-fly-euronews-debates>

5. Life after Lockdown: Will Covid-19 Change the Way We Travel Forever? <https://www.euronews.com/2020/04/18/life-after-lockdown-will-covid-19-change-the-way-we-travel-forever>

6. Monitoring World Heritage site closures. <https://en.unesco.org/covid19/cultureresponse/monitoring-world-heritage-site-closures>

7. EasyJet Could Cut three UK Airport Bases as Job Cuts Loom. <https://www.euronews.com/2020/07/01/easyjet-could-cut-three-uk-airport-bases-as-job-cuts-loom>

8. President Zeman Suggests Czech Borders Remain Closed for One Year. <https://www.schengenvisainfo.com/news/president-zeman-suggests-czech-borders-remain-closed-for-one-year/>

9. The Covid-19 Crisis in Croatia. <https://www.oecd.org/south-east-europe/COVID-19-Crisis-in-Croatia.pdf>

10. Грузия спасает турсезон-2020. <https://www.kavkaz-uzel.eu/articles/350869/>

11. Nepal: Tourism Sector Workers Lose Livelihoods. <https://www.fes-asia.org/news/nepal-tourism-sector-workers-lose-livelihoods/>

ния — это не только экономические потери. Резко наступившая не-мобильность заставляет еще раз задуматься над тем, что изменится, если туризм вдруг станет «необязательным» или видом досуга для «избранных» (Wood, Graham, 2006), если он будет организован с учетом необходимого «социального дистанцирования», если туристы должны будут всеми силами стремиться не смешивать свое пространство и время с пространством и временем местного населения.

Литература

- Астахов С. С. (2017). Странная дихотомия: пространство и время в акторно-сетевой теории // Социология власти. № 1. С. 59–87.
- Воронкова Л. П. (2013). Антропология туризма: зеркало для человека путешествующего // Научное обозрение. Сер. 2. Гуманитарные науки. № 1–2. С. 143–150.
- Головнев А. В. (2016). Антропология путешествия: от *imago mundi* до selfie // Уральский исторический вестник. № 2. С. 6–16.
- Кононенко Е. И., Лаврентьева Н. В. (2019). «Образ-обещание»: страны Востока на рекламных плакатах // Вестник СПбГУ. Сер. 15: Искусствоведение. 2019. № 1. С. 5–20.
- Лысикова О. В. (2009). Туризм в контексте социальных теорий // Известия Саратовского университета. Новая серия. Социология. Политология. № 4. С. 25–27.
- Лысикова О. В. (2011). Туризм как освоение пространства-времени: мобильность коллективной памяти // Теория и практика общественного развития. 2011. № 7. С. 95–100.
- Михеева Н. А. (2013). Становление социологии туризма в РФ: к аналитическому обзору диссертаций, защищенных по специальностям ВАК // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. № 4. С. 56–62.
- Новгородцева А. Н. (2009). Становление теории туризма в зарубежной и отечественной практике // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 115. С. 310–318.
- Сорокин П. А., Мертон Р. К. (2004). Социальное время: опыт методологического и функционального анализа // Социологические исследования. № 6. С. 112–119.
- Урри Дж. (2012). Мобильности М.: Праксис.
- Шпode X. (2017). Генезис и структура туризмологии // Туризм и гостеприимство. № 2. С. 47–53.
- Хокинг С. (2001). Краткая история времени: от Большого взрыва до черных дыр / Пер. с англ. Н. Я. Смородиной. СПб.: Амфора.
- Шапинская Е. Н. (2011). Путешествие на Восток как бегство от повседневности: феномен туристического эскапизма // Международный журнал исследований культуры. № 4. С. 86–94.
- Шюц А. (2003). О множественности реальностей // Социологическое обозрение. Т. 3. № 2. С. 3–34.
- Adams W. M. (1990). Green Development: Environmental and Sustainability in the Third World. London: Routledge.

- Berghoff H., Korte B., Schneider R., Harvie C.* (eds.). (2002). *The Making of Modern Tourism*. Basingstoke: Palgrave.
- Bhattacharyya D.* (1997). *Mediating India: An Analysis of a Guidebook* // *Annals of Tourism Research*. Vol. 24. № 2. P. 371–389.
- Brennan D.* (2004). *What's Love Got to Do with It: Transnational Desires and Sex Tourism in the Dominican Republic*. Durham: Duke University Press.
- Bruner E.* (1994). *Abraham Lincoln as Authentic Reproduction* // *American Anthropologist*. Vol. 96. № 2. P. 397–415.
- Bruner E.* (2001). *The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism* // *American Ethnologist*. Vol. 28. № 4. P. 881–908.
- Bruner E.* (2005). *Abraham Lincoln as Authentic Reproduction* // *Bruner E.* (ed.). *Culture on Tour*. Chicago: University of Chicago Press. P. 145–168.
- Carlstein T., Parkes D. N., Thrift N. J.* (eds.). (1978). *Timing Space and Spacing Time*. London: Edward Arnold.
- Chan Y. W.* (2006). *Coming of Age of the Chinese Tourists: The Emergence of Non-Western Tourism and Host-Guest Interactions in Vietnam's Border Tourism* // *Tourist Studies*. Vol. 6. № 3. P. 187–213.
- Chan Y. W.* (2008). *Disorganized Tourism Space: New Mobility and Cultural Politics in the Age of Asian Tourism Paper* // *Winter T., Teo P., Chang T. C.* (eds.). *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*. London: Routledge. P. 67–77.
- Chaudhary M.* (1996). *India's Tourism: A Paradoxical Product* // *Tourism Management*. Vol. 17. № 8. P. 616–619.
- Chaudhary M.* (2000). *India's Image as a Tourist Destination: A Perspective of Foreign Tourists* // *Tourism Management*. Vol. 21. № 3. P. 293–297.
- Cohen E.* (1971). *Arab Boys and Tourist Girls in a Mixed Jewish-Arab Community* // *International Journal of Comparative Sociology*. Vol. 12. № 4. P. 217–233.
- Cohen E.* (1988). *Authenticity and Commoditization Tourism* // *Annals of Tourism Research*. Vol. 15. № 3. P. 371–386.
- Cohen E., Cohen S. A.* (2012). *Current Sociological Theories and Issues in Tourism* // *Annals of Tourism Research*. Vol. 39. № 4. P. 2177–2202.
- Cohen E., Cohen S. A.* (2015). *A Mobilities Approach to Tourism from Emerging World Regions* // *Current Issues in Tourism*. Vol. 18. № 1. P. 11–43.
- Cohen S., Cohen E.* (2019). *New Directions in the Sociology of Tourism* // *Current Issues in Tourism*. Vol. 22. № 2. P. 153–172.
- Di Giovine M. A.* (2009). *The Heritagescape: UNESCO, World Heritage, and Tourism*. Lanham: Lexington Books.
- Di Giovine M. A.* (2014). *The Imaginaire Dialectic and the Refashioning of Pietrelcina* // *Salazar N. B., Graburn N. H. H.* (eds.). *Tourism Imaginaries*. New York: Berghahn Books. P. 147–171.
- Echtner Ch., Prasad P.* (2003). *The Context of Third World Tourism Marketing* // *Annals of Tourism Research*. Vol. 30. № 3. P. 660–682.

- Ferraris F.* (2014). Temporal Fragmentation: Cambodian Tales // *Salazar N. B., Graburn N. H. H.* (eds.). *Tourism*. New York: Berghahn Books. P. 172–193.
- Franklin A. S., Crang M.* (2001). The Trouble with Tourism and Travel Theory? // *Tourist Studies*. Vol. 1. № 1. P. 5–22.
- Graburn N.* (ed.) (1983). *Annals of Tourism Research*. Vol. 10. № 1. Special Issue: The Anthropology of Tourism.
- Graburn N. H.* (1983). The Anthropology of Tourism // *Annals of Tourism Research*. Vol. 10. № 1. P. 9–33.
- Hägerstrand T.* (1967a). *Innovation Diffusion as a Spatial Process*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hägerstrand T.* (1967b). On the Monte Carlo Simulation of Diffusion // *Garrison W. L., Marble D. F.* (eds.). *Quantitative Geography. Part 1: Economic and Cultural Topics*. Evanston: Northwestern University Press. P. 1–32.
- Hall C. M.* (2004). *Tourism*. Harlow: Prentice-Hall.
- Hall C. M.* (2006). Space–Time Accessibility and the Tourist Area Cycle of Evolution: The Role of Geographies of Spatial Interaction and Mobility in Contributing to an Improved Understanding of Tourism // *Butler R. W.* (ed.). *The Tourism Area Life-Cycle. Vol. 2: Conceptual and Theoretical Issues*. Clevedon: Channel View. P. 83–100.
- Hannam K., Sheller M., Urry J.* (2006). Editorial: Mobilities, Immobilities, Moorings // *Mobilities*. Vol. 1. № 1. P. 1–22.
- Hottola P.* (2005). The Metaspatialities of Control Management in Tourism: Backpacking in India // *Tourism Geographies*. Vol. 7. № 1. P. 1–22.
- Hsu C. H. C., Gartner W. C.* (eds.) (2012). *The Routledge Handbook of Tourism Research*. Milton Park: Routledge.
- Kaaristo M., Järv R.* (2012). Our Clock Moves at a Different Pace: The Timescapes of Identity in Estonian Rural Tourism // *Folklore*. Vol. 51. P. 109–132.
- Lanfant M.-F., Graburn N.* (1992). International Tourism Reconsidered: The Principle of the Alternative // *Smith V. L., Eadington W. R.* (eds.). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. P. 88–112.
- Latour B.* (1997). Trains of Thought: Piaget, Formalism and the Fifth Dimension // *Common Knowledge*. Vol. 6. № 3. P. 170–191.
- Lefevre H.* (2004). *Rhythm Analysis: Space, Time and Everyday Life*. London: Continuum.
- Lett J. W.* (1983). Ludic and Liminoid Aspects of Charter Yacht Tourism in the Caribbean // *Annals of Tourism Research*. Vol. 10. № 1. P. 35–56.
- MacCannell D.* (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Meethan K.* (2002). Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption // *Relaciones: Estudios de historia y Sociedad*. Vol. 26. № 103. P. 270–277.
- Mol A., Law J.* (1994). Regions, Networks and Fluids: Anaemia and Social Topology // *Social Studies of Science*. Vol. 24. № 4. P. 641–671.

- Nash D.* (1981). Tourism as an Anthropological Subject // *Current Anthropology*. Vol. 22. № 5. P. 461–481.
- Nash D.* (1996). *Anthropology of Tourism*. Oxford: Pergamon.
- Negri A., Hardt M.* (2009). *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*. London: Penguin Books.
- Olsen K.* (2002). Authenticity as a Concept in Tourism Research // *Tourist Studies*. Vol. 2. № 2. P. 159–182.
- Picard M.* (2008). Balinese Identity as Tourist Attraction: From «Cultural Tourism» (Pariwisata Budaya) to «Bali Erect» (Ajeg Bali) // *Tourist Studies*. Vol. 8. № 2. P. 155–173.
- Pred A. R.* (1981a). Social Reproduction and the Time-Geography of Everyday Life // *Geografiska Annaler*. Vol. 63. P. 5–22.
- Pred A. R.* (1981b). Production, Family, and Free-Time Projects: A Time-Geographic Perspective on the Individual and Societal Change in 19th Century US Cities // *Journal of Historical Geography*. Vol. 7. № 1. P. 3–6.
- Said E.* (1978). *Orientalism*. New York: Pantheon Books.
- Salazar N., Graburn N.* (eds.). (2014). *Tourism Imaginaries*. New York: Berghahn Books.
- Salazar N. B., Zhang Y.* (2013). Seasonal Lifestyle Tourism: The Case of Chinese Elites // *Annals of Tourism Research*. Vol. 43. P. 81–99.
- Schafer A.* (2000). Regularities in Travel Demand: An International Perspective // *Journal of Transportation and Statistics*. Vol. 3. № 3. P. 1–31.
- Schafer A., Victor D.* (2000). The Future Mobility of the World Population. *Transportation Research*. Vol. 34. № 3. P. 171–205.
- Shome R.* (1996). Postcolonial Interventions in the Rhetorical Canon: An «Other» View // *Communication Theory*. Vol. 6. № 1. P. 40–59.
- Shove E., Trentmann F., Wilk R.* (eds.). (2009). *Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*. Oxford: Berg.
- Smith V. L.* (ed.) (1977). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Tickell A.* (2001). Footprints on The Beach: Traces of Colonial Adventure in Narratives of Independent Tourism // *Postcolonial Studies*. Vol. 4. № 1. P. 39–54.
- Tribe J.* (1997). The Indiscipline of Tourism // *Annals of Tourism Research*. Vol. 24. № 3. P. 638–657.
- Turner V. W.* (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-structure*. Chicago: Aldine.
- Uriely N.* (2005). The Tourist Experience: Conceptual Developments // *Annals of Tourism Research*. Vol. 32. № 1. P. 199–216.
- Urry J.* (2002). *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Urry J.* (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity.
- Van der Duim R.* (2007). Tourismscapes: An Actor-Network Perspective // *Annals of Tourism Research*. Vol. 34. № 4. P. 961–976.
- Volkman T. A.* (1990). Visions and Revisions: Toraja Culture and the Tourist Gaze // *American Ethnologist*. Vol. 17. № 1. P. 91–110.

- Wagner U. (1977). Out of Time and Place: Mass Tourism and Charter Trips // *Ethnos*. Vol. 42. № 1–2. P. 38–52.
- Wood D., Graham S. (2006). Permeable Boundaries in the Software-Sorted Society: Surveillance and the Differentiation of Mobility // *Sheller M., Urry J. (eds.). Mobile Technologies of the City*. London: Routledge. P. 177–191.

Time and Space in Tourism Studies

Natalia P. Ryzhova

Doctor of Economical Sciences, Key and Excellent Research Fellow, Department of Asian Studies, Palacky University in Olomouc

Head of Laboratory, Economic Research Institute of FEB RAS

Address: Křížkovského 511/8, Olomouc, Czech Republic 77900

E-mail: n.p.ryzhova@gmail.com

Tatiana N. Zhuravskaia

Candidate of Sociological Sciences, Senior Research Fellow, Economic Research Institute of FEB RAS

Assistant Professor, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University

Address: Tikhookanskaya str., 53, Khabarovsk, Russian Federation 680042

E-mail: wellshy@mail.ru

Two categories — geographical space and social time — allows for the description of any kind of tourist travels. However, although the category of space is usually explicitly present in tourism studies, social time often remains implicit. The authors start their text with the idea that the astronomical concept of time used in economic and geographical studies of tourism cannot explain the complexity of the mobile world. The concept of social time, the authors argue, meets this challenge. Scrutinizing themes of authenticity (starting from MacCannell), a rite of passage from everyday life to the leisure time of tourism (from Graburn), and mobilities and tourism-scape (from Urry), the authors aim to reveal how social time has been “sutured” onto the main areas of tourism studies. This review precedes and brings together a collection of empirical papers on such different forms of tourism in Eastern Russia as cross-border shopping tourism, professional fieldwork travel, and Chinese inbound-tourism. The authors conclude that the attention to social time allows for an understanding that the democratization of tourism is one of the most critical ways to construct a shared experience of living in the modern world, to synchronize multiple temporal worlds, as well as to manage what can be called a politically non-neutral diversity of temporality.

Keywords: economic-geographical and cultural trajectories in tourism studies, travel in geographical space and social time, authenticity, everyday life and tourism as leisure, global tourist-scapes

References

- Adams W. M. (1990) *Green Development: Environmental and Sustainability in the Third World*, London: Routledge.
- Astakhov S. (2017) Strannaja dihotomija: prostranstvo i vremja v aktorno-setevoj teorii [The Strange Dichotomy: Space and Time in Actor-Network Theory]. *Sociology of Power*, no 1, pp. 59–87.

- Berghoff H., Korte B., Schneider R., Harvie C. (eds.) (2002) *The Making of Modern Tourism*, Basingstoke: Palgrave.
- Bhattacharyya D. (1997) Mediating India: An Analysis of a Guidebook. *Annals of Tourism Research*, vol. 24, no 2, pp. 371–389.
- Brennan D. (2004) *What's Love Got to Do with It: Transnational Desires and Sex Tourism in the Dominican Republic*, Durham: Duke University Press.
- Bruner E. (1994) Abraham Lincoln as Authentic Reproduction. *American Anthropologist*, vol. 96, no 2, pp. 397–415.
- Bruner E. (2001) The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism. *American Ethnologist*, vol. 28, no 4, pp. 881–908.
- Bruner E. (2005) Abraham Lincoln as Authentic Reproduction. *Culture on Tour* (ed. E. Bruner), Chicago: University of Chicago Press, pp. 145–168.
- Carlstein T., Parkes D. N., Thrift N. J. (eds.) (1978) *Timing Space and Spacing Time*, London: Edward Arnold.
- Chan Y. W. (2006) Coming of Age of the Chinese Tourists: The Emergence of Non-Western Tourism and Host-Guest Interactions in Vietnam's Border Tourism. *Tourist Studies*, vol. 6, no 3, pp. 187–213.
- Chan Y. W. (2008) Disorganized Tourism Space: New Mobility and Cultural Politics in the Age of Asian Tourism Paper. *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism* (edd. T. Winter, P. Teo, T. C. Chang), London: Routledge, pp. 67–77.
- Chaudhary M. (1996) India's Tourism: A Paradoxical Product. *Tourism Management*, vol. 17, no 8, pp. 616–619.
- Chaudhary M. (2000) India's Image as a Tourist Destination: A Perspective of Foreign Tourists. *Tourism Management*, vol. 21, no 3, pp. 293–297.
- Cohen E. (1971) Arab Boys and Tourist Girls in a Mixed Jewish-Arab Community. *International Journal of Comparative Sociology*, vol. 12, no 4, pp. 217–233.
- Cohen E. (1988) Authenticity and Commoditization Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 15, no 3, pp. 371–386.
- Cohen E., Cohen S. A. (2012) Current Sociological Theories and Issues in Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 39, no 4, pp. 2177–2202.
- Cohen E., Cohen S. A. (2015) A Mobilities Approach to Tourism from Emerging World Regions. *Current Issues in Tourism*, vol. 18, no 1, pp. 11–43.
- Cohen S., Cohen E. (2019) New Directions in the Sociology of Tourism. *Current Issues in Tourism*, vol. 22, no 2, pp. 153–172.
- Di Giovine M. A. (2009) *The Heritagescape: UNESCO, World Heritage, and Tourism*, Lanham: Lexington Books.
- Di Giovine M. A. (2014) The Imaginaire Dialectic and the Refashioning of Pietrelcina. *Tourism Imaginaries* (eds. N. B. Salazar, N. H. H. Graburn), New York: Berghahn Books, pp. 147–171.
- Echtner Ch., Prasad P. (2003) The Context of Third World Tourism Marketing. *Annals of Tourism Research*, vol. 30, no 3, pp. 660–682.
- Ferraris F. (2014) Temporal Fragmentation: Cambodian Tales. *Tourism Imaginaries* (eds. N. B. Salazar, N. H. H. Graburn), New York: Berghahn Books, pp. 172–193.
- Franklin A. S., Crang M. (2001) The Trouble with Tourism and Travel Theory? *Tourist Studies*, vol. 1, no 1, pp. 5–22.
- Golovnev A. (2016) Antropologija puteshestvija: ot imago mundi do selfie [Anthropology of Travel: From imago mundi to Selfie]. *Ural Historical Journal*, no 2, pp. 6–16.
- Graburn N. (ed.) (1983) *Annals of Tourism Research*. Vol. 10. № 1. Special Issue: The Anthropology of Tourism.
- Graburn N. H. (1983) The Anthropology of Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 10, no 1, pp. 9–33.
- Hägerstrand T. (1967) *Innovation Diffusion as a Spatial Process*, Chicago: University of Chicago Press.
- Hägerstrand T. (1967) On the Monte Carlo Simulation of Diffusion. *Quantitative Geography, Part 1: Economic and Cultural Topics* (eds. W. L. Garrison, D. F. Marble), Evanston: Northwestern University Press, pp. 1–32.
- Hall C. M. (2006) Space–Time Accessibility and the Tourist Area Cycle of Evolution: The Role of Geographies of Spatial Interaction and Mobility in Contributing to an Improved Understanding

- of Tourism. *The Tourism Area Life-Cycle. Vol. 2: Conceptual and Theoretical Issues* (ed. R. W. Butler), Clevedon: Channel View, pp. 83–100.
- Hall C. M. (2004) *Tourism*, Harlow: Prentice-Hall.
- Hannam K., Sheller M., Urry J. (2006) Editorial: Mobilities, Immobilities, Moorings. *Mobilities*, vol. 1, no 1, pp. 1–22.
- Hocking S. (2001) *Kratkaja istorija vremena: ot Bol'shogo vzryva do chjornyh dyr* [A Brief History of Time: From the Big Bang to Black Holes], Saint Petersburg: Amfora.
- Hottola P. (2005) The Metaspatialities of Control Management in Tourism: Backpacking in India. *Tourism Geographies*, vol. 7, no 1, pp. 1–22.
- Hsu C. H. C., Gartner W. C. (eds.) (2012) *The Routledge Handbook of Tourism Research*, Milton Park: Routledge.
- Kaaristo M., Järv R. (2012) Our Clock Moves at a Different Pace: The Timescapes of Identity in Estonian Rural Tourism. *Folklore*, vol. 51, pp. 109–132.
- Kononenko E., Lavrentieva N. (2019) "Obraz-obeshhanie": strany Vostoka na reklamnyh plakatah ["Image-Promise": Countries of the East in Advertising Posters]. *Vestnik of Saint Petersburg University. Arts*, no 1, pp. 5–20.
- Lanfant M.-F., Graburn, N. (1992) International Tourism Reconsidered: The Principle of the Alternative. *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism* (eds. V. L. Smith, W. R. Eadington), Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 88–112.
- Latour B. (1997) Trains of Thought: Piaget, Formalism and the fifth Dimension. *Common Knowledge*, vol. 6, no 3, pp. 170–191.
- Lefevre H. (2004) *Rhythm Analysis: Space, Time and Everyday Life*, London: Continuum.
- Lett J. W. (1983) Ludic and Liminoid Aspects of Charter Yacht Tourism in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, vol. 10, no 1, pp. 35–56.
- Lysikova O. (2009) Turizm v kontekste social'nyh teorij [Tourism in the Context of Social Theories]. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, no 4, pp. 25–27.
- Lysikova O. (2011) Turizm kak osvoenie prostranstva-vremeni: mobil'nost' kollektivnoj pamjati [Tourism as a Development of Space-Time: The Mobility of Collective Memory]. *Theory and Practice of Social Development*, no 7, pp. 95–100.
- MacCannell D. (1976) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, New York: Schocken Books.
- Meethan K. (2002) Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption. *Relaciones: Estudios de historia y Sociedad*, vol. 26, no 103, pp. 270–277.
- Mikheeva N. (2013) Stanovlenie sociologii turizma v RF: k analiticheskomu obzoru dissertacij, zashhishennyh po special'nostjam VAK [Development of Sociology of Tourism in the Russian Federation: Toward the Analytical Review of Dissertations Defended in VAK Specialties]. *Teoriya i praktika servisa*, no 4, pp. 56–62.
- Mol A., Law J. (1994) Regions, Networks and Fluids: Anaemia and Social Topology. *Social Studies of Science*, vol. 24, no 4, pp. 641–671.
- Nash D. (1981) Tourism as an Anthropological Subject. *Current Anthropology*, vol. 22, no 5, pp. 461–481.
- Nash D. (1996) *Anthropology of Tourism*, Oxford: Pergamon.
- Negri A., Hardt M. (2009) *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*, London: Penguin Books.
- Novgorodtseva A. (2009) Stanovlenie teorii turizma v zarubezhnoj i otechestvennoj praktike [Formation of Tourism Theory in Foreign and Domestic Practice]. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, no 115, pp. 310–318.
- Olsen K. (2002) Authenticity as a Concept in Tourism Research. *Tourist Studies*, vol. 2, no 2, pp. 159–182.
- Picard M. (2008) Balinese Identity as Tourist Attraction: From "Cultural Tourism" (Pariwisata Budaya) to "Bali Erect" (Ajeg Bali). *Tourist Studies*, vol. 8, no 2, pp. 155–173.
- Pred A. R. (1981) Social Reproduction and the Time-Geography of Everyday Life. *Geografiska Annaler*, vol. 63, pp. 5–22.

- Pred A. R. (1981) Production, Family, and Free-Time Projects: A Time-Geographic Perspective on the Individual and Societal Change in 19th Century US Cities. *Journal of Historical Geography*, vol. 7, no 1, pp. 3–6.
- Said E. (1978) *Orientalism*, New York: Pantheon Books.
- Salazar N., Graburn N. (eds.) (2014) *Tourism Imaginaries*, New York: Berghahn Books.
- Salazar N. B., Zhang Y. (2013) Seasonal Lifestyle Tourism: The Case of Chinese Elites. *Annals of Tourism Research*, vol. 43, pp. 81–99.
- Schafer A. (2000) Regularities in Travel Demand: An International Perspective. *Journal of Transportation and Statistics*, vol. 3, no 3, pp. 1–31.
- Schafer A., Victor D. (2000) The Future Mobility of the World Population. *Transportation Research*, vol. 34, no 3, pp. 171–205.
- Schutz A. (2003) O mnozhestvennosti real'nostej [On Multiple Realities]. *Russian Sociological Review*, vol. 3, no 2, pp. 3–34.
- Shapinskaya E. (2011) Puteshestvie na Vostok kak begstvo ot povsednevnosti: fenomen turisticheskogo jeskapizma [Journey to the East as an Escape from Everyday Life: The Phenomenon of Tourist Escapism]. *International Journal of Cultural Research*, no 4, pp. 86–94.
- Shome R. (1996) Postcolonial Interventions in the Rhetorical Canon: An "Other" View. *Communication Theory*, vol. 6, no 1, pp. 40–59.
- Shove E., Trentmann F., Wilk R. (eds.) (2009) *Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*, Oxford: Berg.
- Smith V. L. (ed.) (1977) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Sorokin P. A., Merton R. K. (2004) Social'noe vremja: opyt metodologicheskogo i funkcional'nogo analiza [Social Time: The Experience of Methodological and Functional Analysis]. *Sociological Studies*, no 6, pp. 112–119.
- Spode H. (2017) Genezis i struktura turizmologii [Genesis and Structure of Tourismology]. *Tourism and Hospitality*, no 2, pp. 47–53.
- Tickell A. (2001) Footprints on The Beach: Traces of Colonial Adventure in Narratives of Independent Tourism. *Postcolonial Studies*, vol. 4, no 1, pp. 39–54.
- Tribe J. (1997) The Indiscipline of Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 24, no 3, pp. 638–657.
- Turner V. W. (1969) *The Ritual Process: Structure and Anti-structure*, Chicago: Aldine.
- Uriely N. (2005) The Tourist Experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, vol. 32, no 1, pp. 199–216.
- Urry J. (2002) *The Tourist Gaze*, London: Sage.
- Urry J. (2007) *Mobilities*, Cambridge: Polity.
- Urry J. (2012) *Mobil'nosti* [Mobilities], Moscow: Praksis.
- Van der Duim R. (2007) Tourismscapes: An Actor-Network Perspective. *Annals of Tourism Research*, vol. 34, no 4, pp. 961–976.
- Volkman T. A. (1990) Visions and Revisions: Toraja Culture and the Tourist Gaze. *American Ethnologist*, vol. 17, no 1, pp. 91–110.
- Voronkova L. (2013) Antropologija turizma: zerkalo dlja cheloveka puteshestvujushhego [Anthropology of Tourism: A Mirror for the Traveler]. *Scientific Review. Series 2. Human Sciences*, no 1–2, pp. 143–150.
- Wagner U. (1977) Out of Time and Place: Mass Tourism and Charter Trips. *Ethnos*, vol. 42, no 1–2, pp. 38–52.
- Wood D., Graham S. (2006) Permeable Boundaries in the Software-Sorted Society: Surveillance and the Differentiation of Mobility. *Mobile Technologies of the City* (eds. M. Sheller, J. Urry), London: Routledge, pp. 177–191.