

На правах рукописи

Голомидова Ольга Юрьевна

ТУРИЗМ КАК ФЕНОМЕН ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ

24.00.01 Теория и история культуры

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Екатеринбург-2019

Работа выполнена на кафедре социально-культурного сервиса и туризма Автономной некоммерческой организации высшего образования «Гуманитарный университет»

Научный руководитель

доктор философских наук, профессор
Мясникова Людмила Анатольевна

Официальные оппоненты:

Замятин Дмитрий Николаевич
доктор культурологии, доцент,
ФГАОУ ВО «Национальный
исследовательский университет «Высшая
школа экономики» (г. Москва), главный
научный сотрудник Высшей школы
урбанистики им. А. А. Высоковского

Порозов Роман Юрьевич
кандидат культурологии, доцент,
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
педагогический университет»
(г. Екатеринбург), доцент кафедры
акмеологии и психологии среды института
психологии

Ведущая организация

ФГБОУ ВО «Тюменский государственный
институт культуры»

Защита состоится «27» мая 2019 г. в 11.00 на заседании диссертационного совета Д 212.285.20 на базе ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000 г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, Зал диссертационных советов (к. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», <http://lib.urfu.ru/mod/data/view.php?d=51&rid=313709>.

Автореферат разослан «___» _____ 2019 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор социологических наук, профессор

Л. С. Лихачева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Туризм сегодня играет большую роль в экономике, политике, социальной сфере многих стран и в межкультурной коммуникации. Туризм многоаспектен: он является практикой путешествий, формой релаксации, видом досуга, формой познания, коммуникативной практикой, вместе с тем это перспективная отрасль экономики и вид бизнеса. Состоянием сферы туризма озабочены многие международные, правительственные, общественные организации, а к теоретическому анализу туризма обращаются представители разных наук. Вместе с тем единой науки о туризме пока не существует. Есть формирующаяся область знания, которая в нашей стране определяется термином «туристика». Она постепенно накапливает концептуальный багаж, который черпает из экономики, географии, истории, социологии, философии. Особую роль в осмыслении туризма играет культурология, представляющая туризм как феномен культуры индустриального и постиндустриального общества. В то же время остаются не решенными многие вопросы, имеющие важное теоретическое и практическое значение. Одним из них является вопрос о взаимосвязи туризма и городской культуры.

Город становится преимущественной формой организации жизни и основной средой обитания современного человека. Тенденция урбанизации фиксируется как данность, в качестве данности утверждается и то, что город и его особая культура чрезвычайно креативны, вследствие чего городская среда является домом для множества субкультур, а также основой для формирования новых социально-культурных практик. Значение города как генератора особого типа культуры выражается, в частности, в попытках оформления культурологии города в самостоятельную дисциплину.

В настоящее время многие города стремятся стать центрами туризма, осознают важность развития туризма как фактора экономического благополучия. Именно социально-экономические факторы выходят на первый план при формировании различных программ развития туристской отрасли в городах, в то время как роль туризма в городской культуре исследована не в полной мере. Вместе с тем выявилась и другая тенденция – ряд городов и туристских дестинаций начинают испытывать негативное воздействие туризма, пытаются ограничить туристские потоки. Эта противоречивость также должна быть теоретически осмыслена.

«Текущая современность» предполагает непрерывную трансформацию современной культуры и порождаемых ею явлений. На сегодняшний день не остаются незыблемыми ни границы субкультур и даже самой городской культуры, ни рамки традиционных понятий и научных определений. В частности, появляются

новые формы и виды туризма, которые открывают перспективы для переосмысления роли туристских практик в городской культуре.

Итак, актуальность темы исследования обусловлена как становлением культурологии города и необходимостью наработки концептуальной базы туристики, так и практическими аспектами взаимосвязи туризма и города.

Степень научной разработанности темы. Ключевые понятия, которыми мы оперируем в работе: туризм, город, городская культура, субкультура – заставляют обратиться к нескольким блокам научных исследований.

Проблемы туризма непосредственно интересуют ряд западных ученых: Дж. Боуэна, Ф. Котлера, Дж. Мейкенза, Дж. Уокера, однако их работы связаны в основном с изучением предпринимательства в туризме. Советские и российские авторы – стоявшие у истоков «туристики» Н. П. Крачило, И. В. Зорин и В. А. Квартальнов, а также В. И. Азар, А. Ю. Александрова, М. Б. Биржаков, В. Г. Гуляев, Г. П. Долженко, А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, А. С. Кусков, Г. А. Папирян, А. Д. Чудновский, В. Г. Федцов и др. также в основном интересовались вопросами туристской экономики, менеджмента туризма, туристского законодательства, технологий оказания туристских услуг.

Важный вклад в осмысление феномена туризма внесла социология туризма и досуга. В рамках этого научного направления работали как западные (Р. Бахлайтнер, Т. Берноу, Э. Кохен, С. Коэн, А. Т. Пауль, К. Уард, У. Ханнерз, Д. Хэррисон, и др.), так и отечественные (И. А. Гобозова, Г. Г. Дилигенский, С. В. Дусенко, Г. Е. Зборвский, Н. Е. Покровский, В. И. Рогачева, В. А. Тураева, Т. И. Черняева, С. Е. Щеглова и др.) исследователи.

В рамках социальной философии туризма и путешествий стоит отметить работы З. Баумана, Д. Бурстина, Э. Гидденса, Д. Маккенела, Д. Урри, и др. Туризм как социально-культурное явление также рассмотрен в работах Л. Н. Захаровой, С. Н. Сычаниной и др. Философско-культурологическое осмысление туризма представлено в исследованиях А. С. Гализдры, Л. А. Мясниковой, М. В. Соколовой, В. К. Федорченко, А. Б. Фенько, Е. Н. Шапинской и т.д. Ряд междисциплинарных работ хотя и не затрагивают непосредственно вопросов туризма, но дают большой материал для развития научных исследований в данном направлении (например, работы Д. Н. Замятина по культурной географии, политологические работы С. Г. Кара-Мурзы и т. д.).

Исследования городов и городской культуры берут свое начало в немецкой философии (К. Маркс, Ф. Энгельс, М. Вебер), однако они рассматривают город прежде всего как экономико-политический феномен.

Социально-философский подход нашел свое отражение в работах Г. Зиммеля, философско-антропологический – К. Лоренца, исследованием социальных проблем и противоречий городской среды занимались представители

Чикагской социологической школы (Р. Парк, Э. Бёрджесс, Р. Маккензи, Л. Вирт и др.). На изучении городской повседневности были сосредоточены Б. Вальденфельс, В. Беньямин, Ф. Бродель, А. Лефевр и др. Семиотическая концепция применительно к городам используется в работах Ю. М. Лотмана, а также В. В. Абашева, Е. М. Акимкина, О. И. Генисаретского, В. Л. Глазычева, Л. Н. Когана, Ю. С. Степанова, В. Н. Топорова и др. Весомый вклад в исследования города внесла культурная география (Ю. А. Веденин, М. Готтдиенер, Ф. Джеймисон, Д. Н. Замятин, Л. Лофланд, М. Мартинс, В. Н. Стрелецкий, Р. Ф. Туровский, М. С. Уваров, Д. Харви, Д. Хосгрув, Д. Хусон, Н. А. Черняева и др.) и топология (С. А. Азаренко, В. С. Вахштайн, С. В. Пирогов и др.). Огромная работа по обобщению доминирующих теорий в изучении городов была проделана Е. Г. Трубиной.

Культурологические исследования города очень разнообразны и многоаспектны – это, в частности, работы Д. А. Алисова, Н. П. Анцифорова, Г. И. Баженовой, Т. Ю. Быстровой, С. М. Волкова, В. Л. Глазычева, И. М. Гревса, В. М. Долгого, Л. А. Закса, М. С. Кагана, А. Г. Левинсона, Д. С. Лихачева, А. А. Сванидзе, П. П. Семенова-Тян-Шанского, Л. Г. Скульмовской, К. Шлегеля, Л. Е. Трушиной, О. С. Кирилловой, Н. С. Галушиной, Л. Я. Лурье и т. д. И хотя не все из вышеперечисленных авторов являются культурологами, но их исследования близки к культурологическим по своим подходам или по используемому материалу.

Изучением городских субкультур занимались В. И. Гутыра, С. И. Левикова, Н. Н. Слюсаревский, М. М. Соколов и др. Туризм как субкультура рассматривался в работах Л. А. Мясниковой, А. В. Лагутиной, а рассмотрению элементов туристской субкультуры посвящены публикации И. Е. Ферапонтова.

К исследованию особенностей современного общества в целом обращаются З. Бауман, Э. Гидденс, М. Кастельс, Дж. Урри, и др. Трансформация городской среды под влиянием туристских потоков находит отражение в периодической печати и различных интернет-источниках, посвященных теме градостроительства, городской экономики, социальных исследований. Также изучению этого влияния уделяют внимание урбанисты, социологи, культурологи, социальные философы: З. Бауман, Д. Бурстин, Б. Гройс, Дж. Джекобс, В. С. Вахштайн, Д. Н. Замятин, Ш. Зукин, В. А. Куренной, Д. Маккенел, А. Миддлтон, Л. Ю. Салмин и др.

Объект исследования – туризм как феномен культуры.

Предмет исследования – взаимосвязь и взаимодействие городской культуры и туризма.

Цель – осуществить культурологический анализ возникновения, воспроизводства, развития туризма в рамках городской культуры и понять изменение города и городской культуры под влиянием туризма.

Задачи исследования:

1. Выявить особенности, значение, противоречивость туризма XX – XXI вв.;
2. Представить основные подходы к пониманию города XIX – XXI вв. в гуманитарном знании и их значение для понимания предпосылок становления и развития туризма;
3. Осмыслить особенности городской культуры как порождающей и воспроизводящей основы туризма;
4. Выявить развивающую роль городской культуры в туризме через анализ трансформации туризма от городской субкультуры к транссубкультуре;
5. Определить роль туризма в трансформации городской среды и городской культуры.

Теоретико-методологическая база исследования.

В понимании туризма как явления XX – XXI вв. особую роль сыграли работы З. Баумана, Дж. Бурстина и Д. Маккенела, а также идеи Дж. Урри о роли мобильностей в современном мире.

Для понимания специфики города и городской культуры как порождающей и воспроизводящей основы туризма значимыми стали работы Г. Зиммеля К. Лоренца, Дж. Джекобс. Обобщения, связанные со сменой подходов к исследованию города, получены из социально-философских работ Е. Г. Трубиной и В. С. Вахштайна. Понимание специфики жизни современного города и общества почерпнуто в работах Ж. Бодрийяра, Дж. Бурстина, З. Баумана, В. А. Куренного. Метафора города как «культурной лаборатории» базируется на понятии «социальной лаборатории» Р. Парка.

Развивающая роль городской культуры, отразившаяся в трансформации туризма от городской культуры к транссубкультуре, выявлена под влиянием работ Л. А. Мясниковой, И. Е. Ферапонтова, а также работы С. С. Алексева, Р. Б. Рубель «Размышления о туризме». Для осмысления трансформации туристской субкультуры ключевым стало понятие «транскультуры» М. Н. Эпштейна. Значительную роль в осмыслении взаимосвязи экскурсионно-туристской сферы и городской культуры сыграли работы Н. П. Анцифорова, И. М. Гревса, Л. Я. Лурье.

В качестве основного **методологического подхода** избран *культурологический подход*, в рамках которого мы акцентируем внимание на изучении городской культуры через систему культурных образцов, ценностей и смыслов, стиля и образа жизни, формирование новых продуктов культуры, в частности становление, функционирование и трансформацию туристского движения.

Для решения более конкретных задач используются следующие методы:

- *системный* – в понимании комплексного характера города и туризма,

- *эволюционно-типологический*, позволивший выявить этапы развития города, городской культуры и туризма; близкие к нему *культурно-исторический и компаративистский* методы. Также в работе выделяются идеальные типы городов и туристов.

Кроме того, в работе применяются и *общетеоретические* методы. Культурология относится к гуманитарным наукам, специфику которых ведущие методологи видят в широком использовании *идеографических (описательных)* и *повествовательных* методов.

Эмпирической базой исследования является собственная деятельность автора в качестве непосредственного участника, организатора туризма, гида-экскурсовода.

Научная новизна работы:

1. Данное исследование – одно из первых, где туризм рассматривается как феномен городской культуры;
2. Город и городская культура представлены как основа возникновения, воспроизводства и развития туризма;
3. Выявлена взаимоскорреляция смены типов города, городской культуры и туризма;
4. Выявлена роль городской культуры в развитии туризма XX – XXI вв. от субкультуры к транскультуре;
5. Предложен новый тип классификации современных туристов в зависимости от их отношения к городской культуре;
6. Показана противоречивость воздействия туризма на городскую среду и культуру;
7. Введено понятие «имманентного туризма» (путешествия горожан по своему городу).

Положения, выносимые на защиту.

1. Туризм, возникший в середине XIX в., в следующем столетии приобрел характер «массового туризма», что выражает не только его количественную, но и качественную специфику, обусловленную массовой культурой, сутью и потребностями массового человека. Современный туризм многокомпонентен и внутренне противоречив. С одной стороны, турист поверхностен, довольствуется миром симулякров, потребляет и коллекционирует впечатления, посредством туристской поездки стремится повысить самооценку и свой социальный статус. С другой стороны, выделяется и иной тип «экзистенциальных туристов», стремящихся в «закулисье» постановочного туристского пространства к демистифицированной реальности. Туризм также является средством обретения идентичности (через общение с Иным), видом эскапизма как бегства от неподлинности бытия, повседневной рутины и самого себя.

2. Средой, порождающей туризм, является город. Особенности города вскрываются в различных областях гуманитарного знания. Индустриальный город – место средоточия промышленности, экономики, противопоставляемое «естественному» сельскому поселению. Он характеризуется отчужденностью от природы, «одинокостью в толпе», блазированностью и т.д. Постиндустриальный город оценивается как пространство возможностей, гетерономности, толерантности, «праздника одинокости». Городская среда, порождающая стрессы и соблазны, провоцировала человека искать выход из сложностей городской жизни. Город создал возможности для развития туристского бизнеса, становления туризма как сферы экономики, обусловил многие особенности современного туризма. Выделение трех основных типов урбанизма (высокий, левый, хипстерский) и соответствующих им типов городов – рамка, через которую можно увидеть порождение и смену основных этапов развития туризма.

3. Город – это «культурная лаборатория», ставящая горожанина в условия своего рода эксперимента, рождающая новые формы жизни, ценности, смыслы и переживания, а также особую городскую культуру. Культура – это «душа» города, определяющая его особое «лицо», «ауру», «ментальность» и воплощенная в специфике городской среды, сообществ, образе жизни, типичных для города социокультурных практиках. Городская культура включает телесную (материальную), символическую (смыслы, ценности, знаковые места и т.п.) и феноменологическую (осмысление горожанами своего города) составляющие. Можно выделить четыре базовых исторических типа городской культуры (традиционная городская культура доиндустриального периода, городская индустриальная культура, урбанистическая культура, городская культура постурбанистического общества). Практики туризма, родившиеся в индустриальном городе, воспроизводятся и получают развитие в последующих типах культуры.

4. Город в качестве «культурной лаборатории» служит основой не только воспроизводства, но и развития туризма. Рождая множество субкультур, городская культура в середине XX в. породила особую субкультуру туризма. Можно однозначно утверждать универсальность культа дороги, путешествий и движения «людей с рюкзаками» как в СССР, так и на Западе. На их основе в СССР появилась легитимная субкультура самодеятельного туризма, имевшая соответствующие признаки (особые ценности и смыслы, общность субъекта, наличие инициативного центра и лидеров, туристские ритуалы, узнаваемую внешнюю атрибутику, собственный язык и т.д.). Родившись внутри официальной культуры в качестве одобряемого КПСС и комсомолом вида социально-культурных практик, она в реальности противостояла идеологизированной культуре, выражала стремление к природе, «истокам», истинным чувствам и искреннему общению.

5. Туристская субкультура в конце XX века трансформируется в транссубкультуру, объединяющую в себе разнообразные формы и виды туризма, элементы разных субкультур. Туристская транссубкультура в еще большей мере проявляет себя как феномен городской культуры. Современных туристов можно разделить на типы в зависимости от их отношения к городской культуре и мотивов «выталкивающих» их из города или, напротив, привлекающих в него: 1) Эскаписты (искатели спокойствия, искатели душевного комфорта, искатели свободы, искатели «экзотики»); 2) Поклонники «цивилизации»; 3) «Коллекционеры впечатлений»; 4) «Глубокие» туристы. Для разных типов туристов будут значимы свои мотивы путешествий, а также их предпочтительные виды, направления, формы организации.

6. Массовый туризм становится инструментом ответного преобразования городской среды, оказывая противоречивое влияние на жизнь городов. В то время как ряд туристских центров страдают от избыточного туризма и вводят ограничения на въезд, города, только открывающие для себя перспективы развития массового туризма, меняются в угоду гостям, задействуя и тем самым сохраняя культурный потенциал места, создавая новые формы туристских практик. Современный туризм оказывает влияние на горожан: делает более соразмерными друг другу горожанина и гостя, позволяет жителю города примерить оптику Другого и взглянуть на свой город иными глазами; стимулирует креативность горожан, способствует их предпринимательской активности, может служить основой для повышения уровня социальной ответственности и т. д.

7. Видоизменяясь, город и городская культура продолжают творчески влиять на развитие туризма – появляются новые его виды (виртуальный туризм, фальш-туризм и т.п.), выходящие за «стандартные» параметры (обязательный выезд за пределы места проживания, определенная длительность и цели поездки). Примером такой трансформации является «имманентный туризм» – путешествия горожан по родному городу в формате экскурсий-прогулок или туров выходного дня. Он позволяет горожанам переосмыслить свой город и роль самих себя в нем, увидеть знакомые места в необычном ракурсе, способствует формированию сообщества неравнодушных к истории, культуре, архитектуре города людей, способных влиять на решения о дальнейшем развитии города. Термин «имманентный туризм» расширяет понятие туризма.

Теоретическая значимость исследования. Результаты, полученные автором, в некоторой степени восполняют пробел, заключающийся в недостатке философско-культурологических работ о взаимосвязи туризма и городской культуры, что может служить базой для дальнейших исследований в этой области, а также внести вклад в развитие туристики и культурологии города.

Практическая значимость исследования. Теоретические положения и обобщения, изложенные в работе, могут быть полезны для разработки концепций в области развития туризма в регионах и отдельных населенных пунктах. Материалы исследования могут быть интересны непосредственным организаторам туристских программ – туроператорам, практикующим экскурсоводам и т. п. Материалы диссертации могут также послужить основой для подготовки специальных курсов в вузах, обучающих студентов по направлениям, связанным с урбанистикой, туризмом и культурологией.

Степень достоверности результатов выполненного исследования обеспечивается за счет обращения к широкому кругу источников, позволяющих осветить различные аспекты исследуемого вопроса, практического опыта работы автора в сфере туризма, применения методов и подходов адекватных цели и задачам исследования, соответствия структуры и содержания работы логике изучения проблемы.

Апробация работы.

Основные положения исследования представлялись для обсуждения на аспирантских семинарах кафедры социально-гуманитарных дисциплин, заседаниях кафедры социально-культурного сервиса и туризма Гуманитарного университета. Идеи, изложенные в работе, апробировались в ходе выступлений и дискуссий в рамках научно-практических конференций и конкурсов научно-практических работ: «Человек и мир: психология риска, инноваций, конфликта» (Гуманитарный университет, Екатеринбург, 2015 г.), «Устойчивое развитие России: вызовы, риски, стратегии» (Гуманитарный университет, Екатеринбург, 2016 г.), «Россия между модернизацией и архаизацией: 1917–2017 гг.» (Гуманитарный университет, Екатеринбург, 2017 г.), конкурсы научно-практических работ студентов, магистрантов, аспирантов «Новые голоса в науке: идеи и проекты» (Гуманитарный университет, Екатеринбург, 2015 г., 2016 г., 2017 г.).

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, пяти параграфов, заключения и библиографического списка, включающего 197 источников. Текст диссертации изложен на 182 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы, рассматривается степень ее разработанности, определяются цель и задачи исследования, его объект и предмет, формулируется научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, излагаются ее методологические основы.

Первая глава - «Город и городская культура XIX-XXI века как порождающая и воспроизводящая основа туризма» - посвящена выявлению

сформированных городской культурой предпосылок зарождения туризма и воспроизводства туристских практик.

Первый параграф первой главы – **«Туризм как феномен XX–XXI века»** – посвящен рассмотрению сути и специфики современного туризма.

Туризм – сравнительно молодое явление, возникшее в середине XIX века, но имеющее глубокие корни в практиках путешествий давних времен. Сегодняшний турист нередко противопоставляется «путешественнику» или «паломнику». Он подвергается критике за поверхностность, легковесность, безынициативность, желание избавиться от любого рода фиксации, готовность довольствоваться специально выстроенным для него псевдобытием и стремление к получению заранее запланированного, детально обчисленного и обдуманного удовольствия вместо тяги к истинному познанию. Потребительский характер туризма (стремление к коллекционированию впечатлений, «синдром Кодака» – жажда постоянного фотографирования и особенно запечатления себя на фоне достопримечательностей, определенные туристские ритуалы и т.п.) сформирован под воздействием массовой культуры. С наступлением эпохи демассовизации появляется иной тип туриста, стремящегося к знакомству с демистифицированной реальностью, к проникновению в «закулисы» постановочной аутентичности в поисках подлинного опыта, ощущений и инсайтов. Это способствует обретению туристом собственной идентичности через взаимодействие с Иным. Тем не менее туризм был и по-прежнему является сферой престижного потребления – он может повышать социальный статус человека, маркировать принадлежность человека к тому или иному классу или сообществу (такая его роль, в частности, отражается в практиках фальш-туризма). Туризм также может рассматриваться в качестве легитимированной формы эскапизма – бегства от повседневности, рутины, социальных ролей и масок и от самого себя.

Общим основанием для различных направлений в осмыслении туризма можно считать то, что условия формирования потребительской, эскапистской, познавательной мотивации туризма, стремление к поиску своей культурной и социальной идентичности обусловлено городской культурой, в рамках которой зародился туризм в современном его понимании.

Второй параграф первой главы – **«Осмысление города XIX–XXI вв. в гуманитарном знании и его значение для понимания истоков туризма»** – посвящен обзору основных концепций в осмыслении города в целях формирования рамки для выявления этапов становления туризма. Хронологические рамки анализа обусловлены историей развития городских исследований и самих городов, а также временным периодом зарождения туризма. Широта ракурса рассмотрения вопроса («гуманитарное знание») объясняется относительной молодостью культурологии, интегративностью культурологического подхода и многоаспектностью туризма.

Осмысление города в гуманитарном знании эволюционировало от его понимания в качестве экономической и политической модели к выявлению социальных, социально-психологических, коммуникативных, пространственных особенностей городов, форм общностей и стилей жизни его обитателей, особой культурной ауры города. Базовые теоретические подходы к анализу города можно обобщить в виде трех основных типов урбанизма или трех языков описания города: т. н. высокий или модернистский урбанизм, новый или левый урбанизм и хипстерский урбанизм.

Высокий урбанизм использует метафору города как «машины роста», обеспечивающей непрерывное приращение ресурсов. Его основополагающим принципом является культ плотности, скорости и контроля. Особенности жизни человека в современном городе изучались в рамках социальной философии, философской антропологии (Г. Зиммелем, К. Лоренцом и т.д.), представителями Чикагской социологической школы и др. Они обращали внимание на социальные проблемы и психологические особенности городской жизни, компенсаторные реакции и новые свойства личности, которые формируются под их воздействием.

Левый урбанизм базировался на понимании роли удобства и комфорта города, попытках сделать город доступным и дружелюбным для его жителей, концептуализировал роль городских сообществ. В его рамках формируются такие научные течения как городская экология, гуманистическая география, социология мобильностей, исследования городской повседневности.

Дальнейшая эволюция взглядов происходила в условиях формирования постиндустриального общества, где приоритет переходит от производства к потреблению и досугу. Развитие семиотики, понимающей город как сложный текст и пространство смыслов, топологии, акцентирующей внимание на том, что город – это прежде всего пространство отношений, культурной географии, изучающей городскую культурный ландшафт, географические образы и их влияние на восприятие пространства, способствовало осознанию роли культурной и символической экономики, стремлению повысить качество городской жизни, сделать город притягательным и интересным для его жителей и гостей. Это положило начало т.н. хипстерскому урбанизму, воспринимающему город как «машину развлечений и зрелищ» и в то же время пространство «праздника одиночества». Главными точками притяжения в городах стали считаться общественные пространства, а базовой практикой – фланирование.

В третьем параграфе первой главы – **«Городская культура как порождающая и воспроизводящая основа туризма»** – рассматриваются те проявления и характеристики городской культуры, которые послужили основой возникновения массового туризма и воспроизводства туристских практик.

Город определяется нами через метафору «культурной лаборатории», которая подчеркивает физическую и административную ограниченность города, наличие в нем особого «оборудования», нарочитую искусственность городской среды, жесткость и агрессивность «лабораторных» условий, несоразмерность города человеку.

Главное назначение лаборатории – научно-исследовательская, экспериментальная и творческая (разработка какого-то нового продукта) деятельность. Городская среда кардинально отличается от традиционной, чувственно-эмоциональной крестьянской среды с ее развитым социальным контролем и персонификацией взаимоотношений. В связи с этим по аналогии с лабораторией город ставит своеобразный «эксперимент» над своим обитателем, порождая новый тип человека, про сей день окончательно не адаптировавшегося к этому пространству эксперимента. «Лабораторное оборудование» – архитектурные и инженерные сооружения, транспортные системы и т.п. – способствует осуществлению социального эксперимента в терминологии Р. Парка, служит его инструментом.

Творческая функция города как «лаборатории» заключается в формировании нового типа человека, новых форм семейной жизни, нового типа общественных взаимоотношений, нового социального порядка и форм коммуникации, новых социальных институтов и особой городской культуры.

Городскую культуру мы понимаем как сложное многокомпонентное образование, включающее в себя материальные и нематериальные составляющие. Городская культура является подсистемой или частью универсального культурного пространства, организованной определенным образом и сформировавшейся на основе особенностей городской среды и специфического образа жизни урбанистических поселений. В ее рамках рождаются особые правила и образцы поведения, способы коммуникации людей друг с другом и городской средой, особая ментальность (система норм, парадигм мышления и ценностей, особое мировосприятие), отличающие горожан от жителей других территорий.

Городскую культуру нельзя понимать как простую совокупность определенных институций на четко ограниченной территории. Ведь если «культура города» понимается как особая, искусственно созданная среда, включающая совокупность технологий, физических и символических объектов, а также определенный порядок городской жизни, то «городская культура» не имеет четких административно-территориальных границ. Она включает в себя духовную сферу, ценностные регулятивы, социальную психологию городского сообщества, принятые в городской среде способы социальной коммуникации. Если разные типы городов формируют свои типы культуры города, то городская культура по своей сути едина, хотя наиболее яркие ее проявления характерны для крупных городов.

В рамках обоснования выдвинутого нами тезиса о роли городской культуры как порождающего и воспроизводящего основания туристских практик мы обозначили основные исторические типы городской культуры, конкретизировав тем самым рамку для выявления этапов развития туризма:

- Традиционная городская культура доиндустриального периода – еще не до конца отделилась от сельской культуры, т.к. города являлись некрупными населенными пунктами (в пределах 5 тыс. человек), выполнявшими не только ремесленные, но все те же аграрные функции. Доиндустриальный период развития путешествий (понятия туризма тогда не существовало) характеризуется тем, что путешествие не являлось самоцелью, а было условием для решения задач торговли, завершения образования, паломничества, лечения и т.п. Средства передвижения были примитивны, количество путешествующих крайне мало.

- Городская индустриальная культура – культура современного города, развивающегося в ключе высокого урбанизма. В этот период происходит зарождение туризма как индустрии. Одним из главных мотивов путешествий становится эскапизм как стремление сбежать от городской суеты, необустроенности, бытовых проблем, сложностей и конфликтов современного города. С другой стороны, ряд городов постепенно начинает восприниматься и позиционировать себя как туристские центры, ориентированные на отдыхающих (курортные города) или на предоставление экскурсионных услуг.

- Урбанистическая культура – результат научно-технической революции и перехода к постиндустриальному развитию. Этот период связан с формированием массовой культуры и общества потребления. Увеличение свободного времени провоцирует жажду зрелищ, комфортной среды обитания, рождает досуговую миграцию. Туризм становится потребительской практикой, приобретает роль маркера социального статуса, превращается в прибыльный бизнес. Отдельные места и форматы отдыха наделяются признаками престижного потребления, происходит осознание роли туристских мифов и брендов территорий для формирования туристского интереса и мотивации путешествий.

- Городская культура постурбанистического общества. Основана на перераспределении населения между городами, создании «общества за пределами городов», подразумевает понимание роли культурной и символической экономики города, попытки каждого из них найти свое «лицо», свою нишу и повысить привлекательность как для местных жителей, так и для гостей города. Туризм, сохраняя черты потребительской практики, постепенно эволюционирует в сторону культурного и т.н. «глубокого» туризма, по-новому осмысляет и использует городское пространство, оказывает на него ответное влияние. Избыточность возможностей и впечатлений влечет появление новых форм туристских практик,

многие из которых основаны на использовании нетрадиционных для туризма прошлого ресурсов.

Вторая глава – **«Взаимосвязь и взаимовлияние городской культуры и туризма»** – аргументирует понимание городской культуры как основы развития и трансформации туризма, а также выявляет роль туризма в преобразованиях городской среды и культуры.

В первом параграфе второй главы – **«Трансформация туризма: от городской субкультуры к транссубкультуре»** – обосновывается понимание туризма как субкультуры, рассматривается ее эволюция в современную транссубкультуру туризма.

Избыточность возможностей, разнообразие выбора, гетерогенность городской среды способствуют формированию различных субкультур. Субкультура – это подсистема базовой, «официальной» культуры, определяющая стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет (т.е. мировосприятие, умонастроение) ее носителей. Субкультурный габитус как внутренний код субкультуры включает два уровня: верхний – мировоззренческий, нижний – практический. Объединяющие элементы субкультуры – субъект, вид деятельности, ценности, ритуалы, нормы поведения, одежда (мода), аксессуары и т.д.

В середине XX века в молодежной среде как в СССР, так и за рубежом наблюдался конфликт с идеологией «отцов». В США и Европе молодежь противопоставляла себя буржуазной культуре, в СССР – официальной советской идеологии (без явной демонстрации такого противопоставления). Это способствовало формированию различных «неформальных» объединений, оформлению ряда субкультур – знаком и условием принадлежности ко многим из них стал культ дороги, пребывание в пути, путешествие. В частности, это выразилось в становлении движения «бэкпекеров» и популярности автостопа у европейской и американской молодежи. В условиях нашей страны в ответ на контроль, распространявшийся на все сферы жизни, возникает движение «людей с рюкзаками», отправляющихся на покорение горных вершин и бурных рек.

Природа, в противовес городской среде, воспринималась как нечто натуральное, настоящее, подлинное. Туристские походы удовлетворяли потребность молодежи в неопределенности и приключениях. Желание испытать себя в непривычных условиях наряду с романтикой преодоления пространства, а также поиск искреннего общения и настоящей дружбы, подлинных чувств, желание принимать решения, нести ответственность за себя и за других, познание своего настоящего Я являлись движущими мотивами подобных путешествий. Самодеятельный туризм, безусловно, выполнял также рекреационную, досуговую функцию и был официально разрешенным хобби (в этом его важное отличие от других субкультур!).

Субъектом туристской субкультуры являлась городская молодежь (на этапе своего зарождения движение было преимущественно студенческим, позднее становится «инженерским»). Организованными субъектами субкультуры выступали туристская группа либо туристский клуб. Туристская субкультура характеризовалась обилием ритуалов: переход из «чайников» в туристы, особый порядок сбора, распределения обязанностей, фиксации полученных знаний и опыта, специфические суеверия туристов. Система ценностей и культурных представлений участников включала особый кодекс чести и правила поведения на природе и между собой. Внешние атрибуты и одежда туриста были легко узнаваемы: палатка, абалаковский рюкзак, штормовка, кеды, гитара, фотокамера. Движение «людей с рюкзаками» породило особые культурные продукты – ряд художественных и документальных кинофильмов о туристах («Вертикаль», «Пока стоят горы», «Если бы горы могли говорить» и т.п.), туристскую песню, которая легла в основу жанра бардовской песни, ставшего неотъемлемой частью отечественной культуры.

Турист («человек с рюкзаком») противопоставлял себя «курортнику». Хотя «дикари-курортники» также находились в тренде общего романтического настроения в отношении путешествий.

Современный туризм приобрел массовый, стереотипный, нередко поверхностный характер, разнообразие форм воплощения. Однако он сохраняет определенные признаки субкультуры: общность субъекта (современные туристы очень разнообразны, но все же поддаются типизации), наличие инициативного центра (СМИ, Интернет, туристские предприятия), определенная атрибутика (солнечные очки, селфи-палка, чемодан на колесиках), свой язык, куда проникают профессиональные термины индустрии туризма (дабл, ол инклюзив, сити-отель, бунгало) и т.д. Но современный туризм не сводим к классическому определению субкультуры, его можно определить как транссубкультуру – культурное саморазвивающееся образование, возникающее на перекрестке культур, интегрирующее ценности, нормы и стили разных (суб)культур. Данный термин базируется на понимании М. Н. Эпштейном термина «транскультура» и подразумевает целый ряд трансформаций, произошедших в сфере туризма. Современный туризм характеризуется большим разнообразием видов (агротуризм, энологический, виртуальный, «черный» туризм и т.п.), разнообразием целей, мотивов, движущих сил, которые руководят туристом, при базовом, глубинном сходстве их стремлений, проникновением в туристскую субкультуру элементов других субкультур и т.д.

Туристская субкультура, преодолев собственные границы, в целом не вышла за пределы городской культуры, в связи с чем в работе предлагается авторская

классификация современных туристов в зависимости от их отношения к городской культуре, включенности в нее, формируемых ею мотивов путешествия.

1. Эскаписты (искатели душевного комфорта, искатели свободы, искатели «экзотики»). Жители города, стремящиеся сбежать от суеты и повседневных забот, ограничений и условностей, социальных ролей и масок. В зависимости от подтипа приоритетными целями являются, восстановление физических и психологических ресурсов, духовный поиск, поиск новых впечатлений в среде диаметрально противоположной привычной.

2. Поклонники «цивилизации». Не бегут прочь из города, напротив, стремятся приобщиться к культурным или экономическим благам более крупного и развитого города (туристские поездки жителей провинциального города в столицу или жителей одного региона в более развитый соседний, шоппинг-туризм).

3. «Коллекционеры впечатлений» и ярких снимков. Стремятся посетить самые известные мировые столицы, увидеть самые популярные достопримечательности. Основные потребители групповых экскурсионных туров.

4. «Глубокие» туристы. Их уровень образования и опыт предыдущих поездок позволяет быть заинтересованными в нестандартных путешествиях, «турах с погружением», экспедиционных турах и проч.

Второй параграф второй главы – **«Туризм как инструмент преобразования городской культуры»** – отражает влияние современного массового туризма на городскую среду и развитие городской культуры.

Массовый туризм, рожденный в рамках «культурной лаборатории» города, становится ее «лабораторным инструментом», по-новому выстраивает и вскрывает городское пространство. Его влияние на город противоречиво. С одной стороны, он имеет весомое экономическое значение, способствует развитию региона, с другой – ряд туристских центров стремятся ограничить количество гостей из-за проблем, которые влечет развитие массового туризма. В плане воздействия на культуру массовый туризм чаще всего критикуют за изменение или утрату под его влиянием локальной идентичности, ориентацию на представления и ожидания туриста, а не на аутентичные особенности, искажение смыслов, создание пространства симулякров, тиражирование достопримечательностей.

Понятие «центра туризма», отражающее определенную ресурсную сторону местности, следует отличать от понятия «туристский центр», обозначающего уровень информированности о нем туристов. С этой точки зрения города можно поделить на условные 4 группы:

1) Узкоспециализированные туристские города, напрямую зависимые от туристского рынка (Канкун, Маракеш, Макао, Анталья, Венеция, Лас-Вегас и т.п.);

2) Города, в которых туризм не выполняет градообразующей функции, но является важной и неотъемлемой частью городской экономики (Мадрид, Рим, Санкт-Петербург, Прага и т.п.);

3) Города, не являющиеся центрами туризма и не претендующие на это (города, в которых прием туристов не возможен в силу их особого статуса – например, ЗАТО в России; города, в которых представлена сфера туризма, но не предпринимается специальных усилий для его развития – например, Иннополис и т.д.)

4) Города, которые исторически не были ориентированы на развитие туристской индустрии, но в настоящий момент стремятся реализовать себя как туристский центр (например, бывшие промышленные города Урала).

Первые две группы наиболее явно испытывают на себе негативное влияние туризма. С исследовательской же точки зрения больший интерес представляют те города, которые только становятся на туристскую стезю.

Туризм значительно меняет подобные города: приводит к их визуальному преобразованию, заставляет искать или искусственно создавать туристские бренды. Главное, что привлекает туриста в городах – это достопримечательности. Под достопримечательностью мы понимаем не просто любой памятник архитектуры или искусства, а объект массового потребления, некий социальный конструкт. Переход памятника из сферы искусства в сферу массовой культуры предполагает упрощение, а в определенных ситуациях и искажение его смыслов, тиражирование. Нередко это сопровождается конструированием новых достопримечательностей и туристских симулякров (например, «брендовые» музеи и памятники, связанные с мифами места – Музей мыши в г. Мышкине, Кот Алабрыс в Казани и т.п.) или «удвоению» уже имеющихся (например, граница Европы и Азии на 17-ом км. Новомосковского тракта под Екатеринбургом). В отдельных случаях подобная деятельность может приводить к появлению целых городов-симулякров (Диснейлэнд, Лас-Вегас и т.п.).

Туризм повышает безопасность жизни в исторически нетуристских городах, позволяет создать новые рабочие места и более развитую инфраструктуру, которой будут пользоваться и местные жители. Таким образом, основная выгода от развития туризма для подобных территорий заключается в кумулятивном эффекте от развития других индустрий. Эти изменения достаточно очевидны, именно на них обычно акцентируется внимание в официальных программах развития туризма.

Однако влияние туризма на город значительно шире. Он делает город более соразмерным человеку (наиболее зримо это выражается в архитектуре, но имеет также психологический, социальный и духовный аспекты) и в принципе ориентирует его на фокус зрения туристов. Еще один аспект соразмерности –

соразмерность горожанина и гостя. Сегодня горожанин может примерить на себя оптику Гостя. В крупных городах набирает популярность формат экскурсий-прогулок, ориентированных на местных жителей, и даже туров выходного дня, которые позволяют стать туристом внутри собственного города, погрузиться в атмосферу приключений и путешествий без утомительных перелетов на другой конец света. Подобные экскурсии и туры «для своих» в своем городе мы определим как имманентный (от лат. пребывающий внутри) городской туризм.

Имманентный туризм позволяет горожанам переосмыслить город и роль самих себя в нем, увидеть новое в привычном и необычное в заурядном, задействует в туристско-экскурсионной деятельности традиционно нетуристские и даже неблагополучные районы, что имеет позитивный экономический и социокультурный эффект. Прогулки-экскурсии для горожан выполняют в каком-то смысле роль мобильного «третьего места», в рамках которого происходит формирование сообщества неравнодушных к истории, культуре, архитектуре города людей, способных в определенных случаях влиять на решения о дальнейшем развитии города.

Новые формы туристских практик, основанные на использовании нетрадиционных для туризма прошлого ресурсов урбанистических поселений «оживляют» целые города (к примеру, «мертвая» Припять) или определенные городские пространства (например, заброшенные индустриальные объекты).

Практически любой горожанин без специального образования и «академической» подготовки сегодня может стать непосредственным актором туристской деятельности и автором туристского маршрута, познакомить туриста со «своим» городом. Для туриста это иная степень погружения в местную городскую культуру, возможность заглянуть в «закулисье». Но и традиционные туристские симулякры нередко играют позитивную роль в сохранении элементов местной культуры: копии известных зданий и памятников, элементы национального костюма, фольклора, литературы или кухни, включенные в программы обслуживания туристов, даже будучи вырванными из исторического контекста и иногда балансируя на грани с лубком, тем не менее сохраняют в публичном пространстве повседневной культуры символическую ценность оригинала.

Несмотря на активное использование «симулякров», развитие туризма стимулирует улучшение историко-культурной «ткани» города и проведение работы по идентификации элементов уникальности его облика.

Современный туризм выполняет важную социальную функцию – помогает социализировать людей из т. н. социально уязвимых групп населения. Развитие туризма стимулирует креативность и предпринимательскую активность горожан, может способствовать повышению уровня социальной ответственности.

Для разных типов городов потенциально возможны, актуальны и перспективны разные виды туризма, однако найти ресурсы для его развития можно практически в любом городе вне зависимости от его размеров, административного статуса и социально-экономических показателей. Грамотный подход к работе в этой сфере с учетом опыта мировых туристских центров позволяет найти пути позитивной практической реализации явных и скрытых возможностей туризма для развития и процветания городов.

В **Заключении** представлены основные выводы научного исследования, намечены перспективы дальнейшей разработки проблемы.

**ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:
Статьи, в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК РФ:**

1. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Философско-культурологическое осмысление туризма / О. Ю. Минина // Ярославский педагогический вестник: научный журнал. – 2016. – № 3. – С. 334-340. 0,8 п. л.

2. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.), Крутеева О. В. Горнозаводская культура Урала: перекресток цивилизаций / О. Ю. Минина, О. В. Крутеева // Культура и цивилизация. – 2016 г. – № 5. – С. 319-330. 1,4 п. л. / 0,7 п. л.

3. Голомидова О. Ю. Туризм как инструмент преобразования городской культуры / О. Ю. Голомидова // Человек и культура. – 2018. – № 5. – С.53-62. 1,1 п. л.

Разделы в монографиях:

4. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.), Шабалова Н. Н. Инновационность как необходимое условие современного развития туризма и гостеприимства / О. Ю. Минина, Н. Н. Шабалова // В архив – за бизнес-планом, или Культурно-историческое наследие Екатеринбурга как ресурс обновления и развития туризма и гостеприимства: колл. моногр. / под общ. ред. Л. А. Мясниковой. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2011. – С. 212-239. 1,8 п. л. / 0,9 п. л.

5. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.) Становление туристско-экскурсионной деятельности / О. Ю. Минина // В архив – за бизнес-планом, или Культурно-историческое наследие Екатеринбурга как ресурс обновления и развития туризма и гостеприимства: колл. моногр. / под общ. ред. Л. А. Мясниковой. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2011. – С. 160-173. 0,8 п. л.

6. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.) Географический образ городов Урала как ресурс развития туризма / О. Ю. Минина // Туризм в культурной географии Уральского региона : монография / под. общ. ред. Л. А. Мясниковой. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2017. – С. 143-161. 1,2 п. л.

7. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.) Урбантуризм как практика освоения городов Урала / О. Ю. Минаева // Туризм в культурной географии Уральского региона : монография / под. общ. ред. Л. А. Мясниковой. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2017. – С. 244-257. 0,8 п. л.

Другие публикации:

8. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Мифологический дискурс городской экскурсии / О. Ю. Минаева // Российский человек в «разломе эпох»: quo vadis?: материалы XV Международной науч.-практ. конференции Гуманитарного ун-та (26-27 апреля 2012 года) : доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. : в 2 т. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2012. – Т. 2. – С.352-356. 0,3 п. л.

9. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.), Бекшенев О. Г. Город как среда обитания / О. Ю. Минаева, О. Г. Бекшенев // Вестник Гуманитарного университета, 2014. – № 4 (7). – С.98-104. 0,8 п.л. / 0,4 п.л.

10. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.), Минин В. В., Минин В. М. Туризм как элемент качества жизни горожанина / О. Ю. Минаева, В. В. Минин, В. М. Минин // Туризм и сервис: подготовка кадров, проблемы и перспективы инновационного развития: сб. трудов XVI Междунар. заочной науч.-практ. конф. / под ред. к.т.н., доц. Огневой С.В., к.п.н., доц. Шемятихиной Л.Ю. – Москва: Издательство «Перо», 2015. – С.99-107. 0,9 п. л. / 0,3 п. л.

11. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Городская повседневность как предпосылка возникновения социокультурной практики туризма / О. Ю. Минаева // Новые голоса в науке: идеи и проекты – 2015: сборник материалов X конкурса науч.-практ. работ студентов и аспирантов / отв. ред. М.Н. Шумихина. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2015. – С. 203-208. 0,35 п. л.

12. Минаева О.Ю. (Голомидова О. Ю.). Туристские практики как способ минимизации стрессовых состояний современного горожанина / О. Ю. Минаева // Человек и мир: психология риска, инноваций, конфликта: сборник науч. трудов : в 2 т. / под науч. ред. Е. Б. Перельгиной. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2016. – Т. 1– С.132-137. 0,3 п. л.

13. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Путешествие в жизни современного горожанина / О. Ю. Минаева // Вестник Гуманитарного университета. – 2015. – № 4 (11). – С. 147-154. 0,9 п. л.

14. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Культурно-географические образы городов Свердловской области как ресурс развития туризма / О. Ю. Минаева // Вестник Гуманитарного университета. – 2016. – № 1 (12). 174 с. – 105-113. 1 п. л.

15. Минаева О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Роль туризма в развитии малых городов Урала / О. Ю. Минаева // Устойчивое развитие России: вызовы, риски, стратегии: материалы XIX Международной науч.-практ. конференции

Гуманитарного ун-та (12–13 апреля 2016 года) : доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. : в 2 т. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2016. – Т. 1. – С.443-448. 0,4 п. л.

16. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Жизнь и смерть как традиционные ценности и основание социально-культурных практик «черного туризма». / О. Ю. Минина // Устойчивое развитие России: вызовы, риски, стратегии: материалы XIX Международной науч.-практ. конференции Гуманитарного ун-та (12–13 апреля 2016 года) : доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. : в 2 т. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2016. – Т. 1. – С. 402-406. 0,3 п. л.

17. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Туризм как городская субкультура / О. Ю. Минина // Новые голоса в науке: идеи и проекты – 2016: сборник материалов XI Межвузовского конкурса науч.-практ. работ студентов и аспирантов / отв. ред. М. Н. Шумихина. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2016. – С. 79-84. 0,35 п. л.

18. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Туризм: от городской субкультуры к «трансубкультуре» / О. Ю. Минина // Вестник Гуманитарного университета. – 2016 – № 3 (14). – С. 100-114. 1,7 п. л.

19. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Туризм как форма эскапизма в советском и современном обществе / О. Ю. Минина // Россия между модернизацией и архаизацией: 1917–2017 гг.: материалы XX Всероссийской науч.-практ. конференции Гуманитарного ун-та (11– 12 апреля 2017 года) : доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. : в 2 т. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2017. – Т. 1. – С. 386-391. 0,35 п. л.

20. Минина О. Ю. (Голомидова О. Ю.). Туризм как социокультурная практика и ее влияние на городскую культуру / О. Ю. Минина // Вестник Гуманитарного университета. – 2017 – № 2 (17). – С. 129-133. 0,6 п. л.

21. Голомидова О. Ю. Город как культурная лаборатория / О. Ю. Голомидова // Вестник Челябинского государственного университета. Философские науки. – 2017 г. – № 7 (403). – С. 73-77. 0,6 п. л.

22. Голомидова О. Ю. Культурно-исторические начала городской культуры / О. Ю. Голомидова // Вестник Гуманитарного университета. – 2018. – № 1 (20). – С. 98-103. 0,7 п. л.