

(ЦНД); проблемно-креативна спрямованість і інтерактивна організація навчально-пізнавальної діяльності; інноваційна навчально-пізнавальна діяльність, що передбачає постійну актуалізацію знань, умінь і навичок з метою набуття нового пізнавального досвіду; формування інноваційних умінь, зумовлених змістом і особливостями професійної підготовки зі спеціальності "Культурологія"; інноваційна спрямованість культуротворчої діяльності студентів в аудиторній (згідно зі спеціалізацією) та позааудиторній роботі.

В вищих навчальних закладах культури України є всі можливості сформувати інноваційно-діяльнісне освітнє середовище з метою виховання інноваційно орієнтованих спеціалістів; і дані процеси вже стартували. Їх аналіз та вивчення має стати предметом якнайширшого вивчення.

#### *Література*

1. Гусев В. Формування інноваційної культури як пріоритет державної інноваційної політики / В. Гусев // Освіта і управління. – 2003. – Т. 6, Ч. 2. – С. 85–92.
2. Демчук М. И. Системная методология инновационной деятельности: учеб. пособие / М. И. Демчук, А. Т. Юркевич. – Минск : РИВШ, 2007. – 304 с.
3. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : пер. с англ. / П. Ф. Друкер. – Москва : Вильямс, 2007. – 235 с.
4. Коюда О. П. Інноваційна культура та її характерні особливості / О. П. Коюда, О. А. Небилиця // Проблеми науки. – 2009. – № 7. – С. 15–20.
5. Кремень В. Г. Людина перед викликом цивілізації: творчість, людина, освіта / В. Г. Кремень // Феномен інновацій: освіта, суспільство, культура / за ред. В. Г. Кременя. – Київ : Пед. думка, 2008. – С. 9–48.
6. Лисин Б. К. Инновационная культура / Б. К. Лисин // Инновации. – 2008. – № 10. – С. 49–53.
7. Ордіна Л. Л. Культуротворче середовище вищого навчального закладу як педагогічний феномен / Л. Л. Ордіна // Викладання психолого-педагогічних дисциплін у технічному університеті: методологія, досвід, перспективи : Міжнар. наук. конф. – Київ, 2009. – С. 59–60.

#### *References*

1. Husiev V. (2003). Formation of culture of innovation as a priority of state innovation policy. *Osvita i upravlinnia*, 6 (2), 85-92 [in Ukrainian].
2. Demchuk M. Y. (2007). System methodology of innovation: Proc. allowance. Mynsk : RYVSh [in Belarus].
3. Druker P. F. (2007). The objectives of management in the XXI century. Moskva: Vyliams [in Russian].
4. Koiuda O. P. (2009). Innovation culture and its characteristics *Problemy nauky*, 7, 15-20 [in Ukrainian].
5. Kremen V. H. (2008) The man with the challenge of civilization, art, people, education. *Fenomen innovatsii: osvita, suspilstvo, kultura* (pp. 9–48). Kyiv : Ped. Dumka [in Ukrainian].
6. Lysyn B. K. (2008). Innovative Culture. *Ynnovatsyy*, 10, 49–53[in Russian].
7. Ordina L. L. (2009). Culture-medium higher education institution as a pedagogical phenomenon. Teaching psychological and pedagogical disciplines in the technical university: methodology, experience, perspective: *Intern. Science. Conf.* (pp. 59–60). Kyiv [in Ukrainian].

УДК 930.85: 338.48

**Божко Любов Дмитрівна**  
кандидат історичних наук, доцент,  
докторант Харківської державної академії культури  
bozhkolubov@rambler.ru

### **БЕКПЕКІНГ: ГЕНЕЗИС ТА ЕВОЛЮЦІЯ**

Простежено історію розвитку бекпекінгу як нового соціально-культурного явища; зроблено огляд результатів досліджень цього явища західними вченими. Доведено, що мобільність як така стає істотним ресурсом у прагненні до термінальних цінностей, при цьому із засобу все більше перетворюючись на самоцінність. Бекпекінг як соціально-культурне явище і нова соціальна практика мобільності на Заході вже має свою історію розвитку і сформувався як новий науковий напрям досліджень. Проведене дослідження дозволяє виділити два етапи в розвитку бекпекінгу: перший етап (1960 – 1989) – формування бекпекінгу як соціально-культурного явища і нової глобальної практики мобільності; другий (1990 – теперішній час) – етап теоретичної рефлексії та інституалізації нового наукового напрямку досліджень.

*Ключові слова:* глобальна практика соціальної мобільності, бекпекінг, бекпекер, глобалізація.

*Божко Любов Дмитрівна, кандидат історических наук, докторант Харківської державної академії культури, доцент*

#### **Бекпекинг: генезис и еволюция**

Прослежена історія розвитку бекпекинга як нового соціально-культурного явлення, зробаний огляд результатів досліджень цього явлення західними ученими. Доказано, що мобільність як така, стає важливим ресурсом в прагненні до кінцевих цінностей, при цьому засіб все більше перетворюється в самоцінність. Бекпекинг як соціально-культурне явлення і нова соціальна практика мобільності, на Заході вже має свою історію розвитку і сформувався як нове наукове напрямлення досліджень. Проведене дослідження дозволяє виділити два етапи в розвитку бекпекинга: перший етап (1960 – 1989 гг.) – формування бекпекинга як соціально-культурного явлення і нової глобальної практики мобільності; другим (1990 – нинішнє час) – етап теоретическої рефлексії і інституалізації нового наукового напрямлення досліджень.

*Ключеві слова:* глобальна практика соціальної мобільності, бекпекинг, бекпекер, глобалізація.

*Bozhko Lubov, associate professor, PhD in History, Doctoral student of Kharkiv State Academy of Culture*

#### **Bekpeking: genesis and evolution**

The article is about of one of the little-known topic in Ukraine, backpacking as a new social practice of mobility. The author researches the history of backpacking development as a sociocultural phenomenon and familiarizes us with results of researches this phenomenon by western scientists. The article resumes that mobility becomes essential resource in the desire to terminal values and at the same time mobility turns from the resource to the value by itself. At the West backpacking as sociocultural phenomenon and new social practice of mobility already has its own history of development and had formed as a new school of science researches. Assigned research makes it possible to mark out two stages of backpacking development: first stage (1960 – 1989) is the backpacking formation as sociocultural phenomenon and new global practice of mobility; second stage (1990 – present time) is a period of the theoretical reflection and instutualization of a new school of science researches.

*Key words:* global practice of social mobility, backpacking, backpacker, globalization.

Кінець ХХ – початок нинішнього століття характеризуються збільшенням впливу глобалізації на всі сфери життя суспільства, в тому числі на туризм. Туризм у сучасних умовах являє собою явище глобального транснаціонального масштабу. У зв'язку з цим відзначається поява нових видів туризму, пов'язаних, перш за все, з широким розповсюдженням інтернету, розвитком нових технологій і зміною у світосприйнятті. Насамперед, це розвиток традиційних форм мобільності та формування культури нової мобільності. Традиційні форми мобільності, не зважаючи на кризу, зазнають істотних змін. Світ навколо нас дійсно стає більш мобільним, переміщення стають масштабнішими і різноманітнішими. До старих форм мобільності додаються нові, пов'язані з використанням нових форм зв'язку, отримання інформації та навігації. Нова мобільність трансформує основні форми світосприймання і практики, а саме простір і час. Нові, гібридні форми мобільності поступово набувають характеру буденності, вони стають самою культурою повсякденності.

Туризм як глобальна практика соціальної мобільності сьогодні представляє, перш за все, комунікацію, спрямовану на набуття нових знань, вражень, досвіду, душевного комфорту. Відомий теоретик туризму Дж. Уррі розвиває ідею про те, що подорожують не лише туристи, а й предмети, образи культури; складається загальна "мобільна культура". При цьому численні види самої мобільності: фізична, уявна, віртуальна, добровільна, вимушена є складовими "мобільної культури", витоки якої сягають епохи зародження масового туризму початку ХХ ст. [5, 147].

Сучасні люди живуть в постійному русі, громадянин глобального соціуму мігрує планетою, реалізує право проводити дозвілля та "споживати" різні місця, демонструючи соціальну установку на космополітизм по відношенню до інших культур, спільнот, акторів. Відомий соціолог З. Бауман пише про те, що постмодерн перевернув співвідношення осілих і кочівників: "... жителі прокинулися, стали переміщатися, щоб знайти своє місце – місце на землі, місце в суспільстві, місце в житті ... "Світ сам себе переколює за міркою кочівника". Міркуючи про сучасний "синдром туриста", З. Бауман бачить значення туризму в забезпеченні платформи для дослідження відмінностей і несхожості [1]. Важливою рисою багатьох сучасних туристів є небажання "зливатися з натовпом", пошук своїх напрямів, агентів, видів туризму. Подорож, як і колись, залишається "реалізацією мрії і планів", "поглядом за обр'ї", тому що "повсякденність вбиває", а подорож рятує від рутини буднів, веде до звільнення від незнання, стереотипів, вантажу проблем. Туризм видається одночасно і полем свободи, і способом її здобуття через подолання бар'єрів несвободи.

Однією з таких нових форм соціальної мобільності є бекпекинг (backpacking). Бекпекер (від англ. "backpack" – "рюкзак") – це мандрівник, який здійснює самостійні подорожі за невеликі гроші, найчастіше принципово відмовляючись від послуг туроператорів. З поняттям "бекпекер" і "бекпе-

кінг" на території СНД ознайомилися не так давно, на відміну від Заходу, де бекпекерський рух сягає корінням субкультури "хіпі" і має 40-річну історію. Серед вітчизняних публікацій немає наукових досліджень на цю тему. На Заході феномену бекпекінга присвячено цілий ряд досліджень [32]. Перш за все, це роботи С. Белла [8], І. Кохена [9-12], П. Пірса [26].

Мета статті – простежити історію розвитку бекпекінгу як соціально- культурного явища і ознайомитися з результатами досліджень цього явища західними вченими.

В останні десятиліття рух бекпекерів стрімко набирає обертів. Найчастіше – це студенти і люди, що не обтяжені повсякденною роботою або сім'єю, і мають якийсь дохід для здійснення подорожей. План маршруту розробляє особисто бекпекер. При цьому його дії не обмежені ніякими умовами туроператорів. Одна з головних умов його подорожі – побачити максимум за мінімум фінансових витрат. Такі люди користуються найдешевшим транспортом, ночують у найдешевших готелях або наметах, споживають невибагливу їжу. Подорожують бекпекери, як правило, поодинокі або групою у складі не більше 2-3 осіб.

Початком бекпекінгу вважаються 1960 – 1970 рр., коли тисячі хіпі (європейців і американців) почали подорожувати до Південно-Східної Азії в пошуках свого власного раю, дешевої "трави" і сексуальної свободи. У ті роки можна було проїхати від Лондона до Індії або Сінгапуру за маршрутом, який у середньовіччі називали Шовковим шляхом, а в епоху "дітей квітів" – "хіпі-стежкою". Тегеран, Багдад і Кабул того часу були мирними, безпечними і квітучими містами, де довговолосі європейці могли насолоджуватися ліберальним ставленням до наркотиків і східною гостинністю. Самостійний туризм перетворився на масове явище.

Справжній ривок у розвитку бекпекінга стався в 1972 р., коли подружжя Уїллер випустили свій перший путівник "Lonely Planet". У наші дні, у кожного бекпекера є подібний путівник з адресами гестхаусів, дешевих кафе та іншої корисної інформації [21]. Подружжя Уїллер зібрали і структурували інформацію про дешеві їдальні, кафе, готелі, кемпінги та гостьові будинки, що могла б бути корисною для бекпекерів. Путівник відразу став популярний, але бекпекери вважають, що саме з нього почалося поступове розхитування основ цього виду туризму, адже це була спроба якось організувати мандрівників.

Девіз вільних мандрівників – якомога менше витрат. Тому вони їздять тільки до недорогих країн і зупиняються у дешевих готелях (для таких відпочиваючих існують навіть спеціальні, п'ятицентрові готелі). Проста їжа, невибагливий побут і позитивний погляд на світ – у цьому весь бекпекер. Така пригода для них може тривати місяцями або навіть роками, відлік часу особливо ніхто не веде. Мета таких мандрівок – ознайомлення з місцевою культурою, а на це потрібен час. Мандрівник займається шопінгом виключно за потреби.

Основна складова бекпекінгу – спонтанність. Такий мандрівник пересувається з країни в країну за невизначеним у часі маршрутом. Зокрема, в Австралії половина доходу від туристичного бізнесу – це прибуток саме від бекпекерів. Цю країну вони обрали для тривалого перебування [6]. У деяких країнах існують негласні вікові обмеження для таких подорожей. Це час між закінченням навчання і початком кар'єри. Згідно з дослідженнями Всесвітньої конфедерації молодіжного студентського та освітнього туризму (WYSETC), більша половина жителів західних країн у віці від 18 до 34 років подорожували світом. Лише п'ята частина з них їздила за путівкою, а 80% прокладали шлях без сторонньої допомоги, бронюючи авіаквитки в інтернеті, організовуючи проживання і транспорт на місці. Згідно статистики, у середньому тривалість поїздки бекпекера складає 63 дні, а кожен десятий молодий мандрівник залишає домівку більше ніж на півроку [4]. У деяких країнах, наприклад, у Великобританії та Ізраїлі, прийнято їхати з дому на рік (у першому випадку – після школи, у другому – після армії). Сприятливим для розвитку бекпекерства стало падіння "залізної завіси" – у результаті для мандрівників відкрилися десятки держав Східної Європи, Азії та Африки.

Еволюція явища пов'язана з розвитком інтернету як форуму для обміну інформацією про країни. Зважитися на подорож тепер зовсім не страшно, як раніше. Але, разом з тим, у "кочівника" зникло відчуття власної винятковості. Дізнавшись "про собі подібних", вільні мандрівники відчули себе сірою масою. Тож з часом бекпекерство вступило в "фазу спокою", але не в фазу згасання. Сьогодні воно, як і раніше залишається одним з найбільш масових явищ у постіндустріальному світі. Таким чином, за останні тридцять років бекпекінг переріс з маргінальної активності небагатьох "дрифтерів" [9] у всесвітнє явище "глобальних кочівників" [30]. Навіть з точки зору людей консервативних професій його учасники, мандруючи світом, закладають фундамент своєї кар'єри. "Роботодавці обожають людей з досвідом подорожей. Це – деталь, яка найкраще прикрашає резюме", – вважає соціолог з Манчестерського університету Тім Еденсор. Претендент на посаду, який мандрував упродовж року де-небудь в Азії, має переваги перед конкурентом. Вважається, що такий досвід піднімає люди-

ну на новий інтелектуальний рівень. "Самостійна подорож стала чимось на зразок обряду ініціації молодої людини на Заході. Тінейджер, який виїхав на рік після закінчення школи, отримує більше знань про світ, ніж за всі роки, проведені за партою", – пише Еденсор. Але чимало й таких, хто відправився розширювати свої горизонти на четвертому і навіть п'ятому десятку. Багато з них – цілком відбулися і аж ніяк не бідні люди. Таким чином, вже досить давно, виник феномен "флешпекера" – людини з "сяючим рюкзаком". У таких рюкзаках знайдеться і дорога знімальна апаратура і найсучасніші засоби зв'язку. Перед флешпекером не стоїть завдання всілякої економії коштів, але головний принцип – свобода пересувань і максимум вражень – залишається незмінним. Як висловлюється Рольф Поттс, письменник і теоретик сучасного кочівництва, довга, іноді багаторічна подорож стала невідмінним елементом життєвого плану людини [28].

Аналіз англomовної наукової літератури дозволяє прослідкувати генезис та еволюцію бекпекінга як культурного явища на Заході. Одним із культурних символів у мобільному світі є вільний мандрівник – бекпекер. Бекпекерів можна зустріти в кожному куточку земної кулі, від віддалених сіл у горах Гіндукушу до центрів Лондона або Парижа. Вони несуть із собою не тільки свій фізичний багаж, але й культурний, будучи носіями культури країни проживання [30]. Цей субринок є малобюджетним, більшість учасників подорожують поодинокі або невеликими групами. Для бекпекерів цікавим є місцевий спосіб життя [18; 19; 27]. Їхня рекреаційна діяльність, швидше за все, зосереджена навколо природи (наприклад, трекінг), культури (село, місто чи інше місце перебування), або пригоди (наприклад, рафтинг або їзда на верблюдах) [20]. Це пов'язано з тенденцією бекпекерів сприймати подорож більш широко, ніж інші туристи, шукаючи незвичайне в різних місцях і новий досвід [16]. Жорсткий бюджет багатьох туристів значною мірою пов'язаний з більшою тривалістю їх подорожей [15]. Коен розглядає образ бекпекера як "цікавого і підприємливого мандрівника в пошуках "автентичного" досвіду" [11, 21].

У деяких країнах посилюється візовий режим для тих громадян, які хочуть затриматися довше звичайних туристів (наприклад, у Бутані бекпекерам вхід закритий необхідністю купувати зовсім недешеві тури [10; 14; 17; 18]. Довіра була підірвана стереотипом образу бекпекера як неохайної, аморальної людини, що вживає наркотики, можливо, через його зв'язки з "хіпі" і "бродягами" періоду 60 – 70-х рр. У той же час, незалежні мандрівники (бекпекери) активно заохочуються на Мальдівах [22]. Їх кочовий спосіб життя підтримується доступністю міжнародних поїздок, зростаючою мережею бюджетних хостелів і туристичних компаній, а також підвищенням гнучкості ритму життя і роботи людини.

Сьогодні все ще залишається відкритим питання, чому так багато людей стають "глобальними кочівниками"; що вони отримують від своїх подорожей. На думку деяких авторів, наприклад, Westerhausen, все більша кількість людей реагують на відчуження сучасного суспільства, прийнявши за образ життя туриста [33].

Туристи найчастіше ідентифікуються в залежності від їх поглядів і мотивів подорожі [31]. Деякі з головних мотивів: ідея подорожі як втеча від буденності; можливість випробувати себе і зануритися в різні культури; шанс для особистого росту і розвитку; випробування себе в складних ситуаціях і пізнання інших культур. Деякі з них мають бажання спілкуватися і зустрічатися з іншими мандрівниками, які знаходяться в тій же точці планети, а деякі бекпекери розглядають подорож як можливість підвищення соціального статусу після повернення їх з походу в очах друзів і родичів [25].

Для вивчення цього культурного явища при "Асоціації освіти, туризму і відпочинку" (ATLAS) у 2002 р. була створена група "Backpacker Research Group" (BRG) і розроблена програма досліджень [30, 6-13]. BRG повинна була виступати в якості платформи для дискусій і дебатів між дослідниками бекпекінгу по всьому світу і розвитку спільних програм досліджень і публікацій. Так аналіз бібліографії, складений членами ATLAS Backpacker Research Group (BRG) показав, що з 76 датованих посилань, пов'язаних з бекпекінгом і молодіжним туризмом, тільки 11 були опубліковані до 1990 року [30, 4]. Це був рік, в якому термін "бекпекер" був вперше відзначений в науковій літературі [26].

Першим результатом діяльності BRG став випуск збірника "The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice Greg Richards and Julie Wilson (eds)" [30], де основними авторами виступили дослідники з університетів у Великобританії, Німеччині, Австралії та Нової Зеландії. Інформацію про діяльність ATLAS BRG можна знайти в Інтернеті на сайті [www.atlas-euro.org](http://www.atlas-euro.org). Зростаючий інтерес до цієї теми підкреслює той факт, що ATLAS BRG тільки тепер має більш ніж 30 членів у 11 країнах світу. До недавнього часу велика частина досліджень припадала на країни, де вплив бекпекінга особливо очевидний, особливо в Південно-Східній Азії, Австралії та Новій Зеландії [13; 18; 23; 29].

У 2008 р. вийшов другий збірник наукових праць, присвячених різним аспектам бекпекінга: "Backpacker Tourism: Concepts and Profiles" [7]. Це друга об'ємна програма досліджень з бекпекінгу, розроблена Backpacker Research Group (BRG) з Асоціації ATLAS. Коло дослідників з різних питань

бекпекінга розширилося, у роботу включилися дослідники з Великобританії, Німеччини, Іспанії, Нідерландів, Фінляндії, Австралії, Нової Зеландії, Японії, Кореї, Ізраїлю і Малайзії.

Зокрема, записки Рольфа Поттса із задоволенням публікували National Geographic Traveler, The New York Times Magazine, Slate.com, Conde Nast Traveler, Outside, The Believer, The Guardian, National Public Radio й інші засоби масової інформації. Відомі портали мандрівників усього світу – Salon.com і World Hum – давно визнали його своїм заслуженим колумністом. Пригоди і спрага мандрівників провели Рольфа через 60 країн і шість континентів. Він сплавлявся на рибальському човні по річці Меконг в Лаосі, їздив автостопом по Східній Європі, пройшов пішки Ізраїль, перетнув Бірму на велосипеді, добрався з Каліфорнії в Аргентину на своєму Ленд Ровері. Він паралельно з колонками в ЗМІ почав писати і видавати книги. Його вже називають Джеком Керуаком нашого інтернет-століття, тому що він так само, як колись американський письменник, виводить своїх читачів на Дорогу. Книга Рольфа Vagabonding (Поневіряння, Мандрівка) – гімн самотійним одиночним подорожам – зазнала вже 11 видань і була перекладена на кілька мов.

Якщо говорити про Україну і Росію, то бекпекінг тут ще перебуває в зародковому стані. Під ним маються на увазі саме подорожі за межами країни (внутрішні кочівники-номади традиційно іменуються "похідниками", "байдарочниками", "гірниками" і т.п.). Апологетом російського бекпекінга називають мандрівника В. А. Шаніна. Він активно просуває ідеї бекпекінга в Росії і навіть створив декілька сайтів на цю тему. Розмірковуючи про суть явища, він виділяє три рушійні цілі російського бекпекерства – відпочинок, заробіток, пригоди. Сам мандрівник, починаючи з 1991 року побував у 90 країнах світу, на всіх континентах, за винятком Антарктиди. Здійснив три навколосвітні подорожі, в тому числі автостопом – на попутних машинах, літаках, вантажних суднах.

Багато людей починають власні подорожі з організованих турів, потім, побачивши справжнього бекпекера, вони самі відчувають бажання стати таким. Мабуть, сьогодні український та російський бекпекер відрізняється від західного дещо більшою екстремальністю. Цікаві зауваження стосовно відмінностей українських та російських бекпекерів від західних колег наводить один з відчизняних бекпекерів: "Звичайний український чи російський бекпекер – це людина 30-ти років з душевними шуканнями. Ніхто не поїхав до Азії просто для того, щоб подорожувати. Парадокс також у тому, що українські та російські "вільні мандрівники", як правило, багаті та успішні. А решта – не настільки цінує свободу, щоб обміняти на неї свій пляжний all inclusive [3].

Бекпекерський досвід багатьох українських та російських мандрівників свідчить, що європейський бекпекер – це людина у віці 23-х років. На думку одного з російських бекпекерів: "У Європі легке комфортабельне життя, люди дорослішають пізно. Їх 23 – це наші 14. Говорити з ними практично ні про що, зате в кожному безмежні запаси цуценячої захопленості. Критичне осмислення світу відсутнє в принципі. Тим не менше, з цими людьми можна легко спілкуватися на банальні теми і особливого роздратування вони не викликають. Хоча трапляються досвідчені овочі, яких Азія розслабила до межі. Тут дуже низький ритм життя, і якщо ти був не надто працьовитий удома, тут маєш усі шанси перетворитися на тварину, яка тільки спить, їсть, вживає наркотики і займається безжальним швидкісним серфінгом в Інтернеті" [2].

Таким чином, мобільність як така стає істотним ресурсом у прагненні до термінальних цінностей, при цьому із засобу все більше перетворюючись на самоцінність. Бекпекінг як соціально-культурне явище і нова соціальна практика мобільності на Заході вже має свою історію розвитку і сформувався як новий науковий напрям досліджень. Проведене дослідження дозволяє виділити два етапи в розвитку бекпекінгу: перший етап (1960 – 1989 рр.) – формування бекпекінгу як соціально-культурного вища і нової глобальної практики мобільності; другий (1990 р. – теперішній час) – етап теоретичної рефлексії та інституалізації нового наукового напрямку досліджень.

Бекпекерський рух в Україні і Росії, де він тільки зароджується, також потребує вивчення і теоретичного узагальнення. В Україні, яка вибрала шлях до євроінтеграції, необхідно розвивати бекпекерський рух, адже саме бекпекери є першопрохідцями і першовідкривачами нових напрямів розвитку туристичного ринку.

### *Література*

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества : пер. с англ. / З. Бауман. – М. : Весь Мир, 2004. – 188 с.
2. Дикая Азия [Электронный ресурс] // Livejournal. – Режим доступа: <http://mikle1.livejournal.com/2158948.html>. – Загл. с экрана.
3. Рагозин Л. Бэкпекеры – кто они? [Электронный ресурс] / Леонид Рагозин // Индостан: путеводитель по Южной Азии. – Режим доступа: [http://www.indostan.ru/novosti/101\\_2301\\_0.html](http://www.indostan.ru/novosti/101_2301_0.html). – Загл. с экрана.

4. Пелевин А. Налегке. "Свободные путешественники" совершают кругосветки и открывают новые направления [Электронный ресурс] / А. Пелевин // Турбизнес. – 2010. – № 14. – Режим доступа: <http://www.tourbus.ru/article/1832.html>. – Загл. с экрана.
5. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Дж. Урри // Массовая культура: современные западные исследования: Сборник статей. – М.: Фонд научных исследований "Прагматика культуры", 2005. – С. 136-150.
6. Australian Tourism Export Council: Backpacking Tourism Advisory Panel. New Business Development to Drive Backpack Sector [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://groups.yahoo.com/group/green-travel/message/1072>. – Загл. с экрана.
7. Backpacker Tourism: Concepts and Profiles / eds.: Kevin Hannam, Irena Ateljevic. – Channel View Publications, 2007. – 284 p.
8. Bell C. The big 'OE': Young New Zealand Travellers as Secular Pilgrims / Claudia Bell // Tourist Studies. – 2002. – N 2. – P. 143–158.
9. Cohen E. Toward a Sociology of International Tourism / Erik Cohen // Social Research. – 1972. – Vol. 39, N 1. – P. 164–182.
10. Cohen E. Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter Tourism / Erik Cohen // International Journal of Comparative Sociology. – 1973. – Vol. 14, N 1/2. – P. 89–103.
11. Cohen E. Marginal Paradises: Bungalow Tourism on the Islands of Southern Thailand / E. Cohen // Annals of Tourism Research. – 1982. – Vol. 9. – P. 189–228.
12. Cohen E. Backpacking: Diversity and Change / Erik Cohen // The Global Nomad : Backpacker Travel in Theory and Practice / eds.: G. Richards, J. Wilson. – Clevedon : Channel View Publications, 2004.
13. Elsrud T. Time Creation in Travelling : The Taking and Making of Time Among Women Backpackers / Torun Elsrud // Time and Society. – 1998. – Vol. 7, N 2/3. – P. 309–334.
14. Erb M. Understanding Tourists : Interpretations from Indonesia / Maribeth Erb // Annals of Tourism Research. – 2000. – Vol. 27, N 3. – P. 709–736.
15. Gibbons S. M. A Study of the International Backpacker Visitor to New Zealand : Building a Profile to Assess Value and Impact / S. M. Gibbons, C. T. Selvarajah. – Albany : Department of Management Systems, Massey University, 1994.
16. Haigh R. Backpackers in Australia / R. Haigh // Occasional Paper. – Canberra : Bureau of Tourism Research, 1995. – N 20.
17. Hall C. M. Tourism in the Pacific Rim : Developments, Impacts and Markets / C. Michael Hall. – 2nd ed. – Melbourne : Addison Wesley Longman, 1997. – 226 p.
18. Hampton M. P. Backpacker Tourism and Economic Development / M. P. Hampton // Annals of Tourism Research. – 1998. – Vol. 25, N 3. – P. 639–660.
19. Loker L. The Backpacker Phenomenon II : More Answers to Further Questions / L. Loker. – North Queensland : James Cook University, 1993.
20. Loker-Murphy L. Young Budget Travelers: Backpackers in Australia / Loker-Murphy L., Pearce P. L. // Annals of Tourism Research. – 1995. – Vol. 22, N 4. – P. 819–843.
21. Lonely Planet Travel Guides and Travel Information [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lonelyplanet.com/>. – Загл. с экрана.
22. Lyon J. Maldives / Lyon J. – Hawthorn : Lonely Planet, 1997. – 197 p.
23. Murphy L. E. Exploring Social Interactions of Backpackers / Laurie Murphy // Annals of Tourism Research. – 2001. – Vol. 26, N 1. – P. 50–67.
24. Noy C. Introduction: Backpacking as a Rite of Passage in Israel / Chaim Noy, Erik Cohen // Israeli Backpacker : From Tourism to Rite of Passage. – New York : State University of New York Press, 2005. – P. 1–43.
25. Ooi N. Backpacker Tourism: Sustainable and Purposeful? : Investigating the Overlap Between Backpacker Tourism and Volunteer Tourism Motivations / Natalie Ooi, Jennifer H. Laing // Journal of Sustainable Tourism. – 2010. – Vol. 18, N 2. – P. 191–206.
26. Pearce P. L. The Backpacker Phenomenon: Preliminary Answers to Basic Questions / Philip L. Pearce. – Townsville : James Cook University of North Queensland, Department of Tourism, 1990. – 178 p.
27. Riley P. J. Road Culture of International Long-Term Budget Travelers / P. J. Riley // Annals of Tourism Research. – 1988. – Vol. 15, N 2. – P. 313–328.
28. Rolf Potts – пишущий бродяга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://teletravelhd.tv/intervyu/item/23-rolf-potts---pishuschiy-brodyaga>. – Загл. с экрана.
29. Ross G. F. Backpacker Achievement and Environmental Controllability as Visitor Motivations / Glenn F. Ross // Journal of Travel and Tourism Marketing. – 1997. – Vol. 6, N 2. – P. 69–82.
30. The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice / eds.: Greg Richards, Julia Wilson. – Channel View Publications, 2004. – 298 p.
31. Uriely N. Backpacking experiences: a Type and Form Analysis / Natan Urielya, Yuval Yonayb, Dalit Simchai // Annals of Tourism Research. – 2002. – Vol. 29, N 2. – P. 520–538.
32. Van Gennep A. The Rites of Passage / Arnold Van Gennep. – London : Routledge and Kegan Paul, 2004. – 198 p.
33. Westerhausen K. Beyond the Beach: An Ethnography of Modern Travellers in Asia / K. Westerhausen. – Bangkok : White Lotus, 2002. – 280 p.
34. Wood K. The Good Tourist / K. Wood, S. House. – London : Mandarin, 1991. – 256 p.

*References*

1. Bauman Z. (2004) Globalizacija. Posledstvija dlja cheloveka i obshhestva [Globalization. The consequences for the individual and society]. (Trans). Moscow: Ves Mir. [in Russian].
2. Dikaja Azija [Wild Asia]. Livejournal. (n.d.). mikle1.livejournal.com. Retrieved from <http://mikle1.livejournal.com/2158948.html> [in Russian].
3. Ragozin, L. Bjekpjekery – kto oni? [Backpacker – who are they?]. Indostan: putevoditel po Juzhnoj Azii – Hindustan: Guide to South Asia. (n.d.). indostan.ru. Retrieved from [http://www.indostan.ru/novosti/101\\_2301\\_0.html](http://www.indostan.ru/novosti/101_2301_0.html). [in Russian].
4. Pelevin, A. (2010) Nalegke. "Svobodnye puteshestvenniki" sovershajut krugosvetki i otkryvajut novye napravlenija [lightweight. "Free travelers" make the world tour and open up new areas]. www.tourbus.ru. Turbiznes – Tourist Industry, Vol. 14. Retrieved from <http://www.tourbus.ru/article/1832.html> [in Russian].
5. Urry, J. (2005) Vzgljad .apadnye issledovanija – Popular culture: modern Western research. Moscow: Research Foundation "Pragmatics of culture", 136-150 [in Russian].
6. Australian Tourism Export Council: Backpacking Tourism Advisory Panel. New Business Development to Drive Backpack Sector. (n.d.). groups.yahoo.com. Retrieved from <http://groups.yahoo.com/group/green-travel/message/1d072> [in English].
7. Hannam, K. & Ateljevic, I. (Eds.). (2008). Backpacker Tourism: Concepts and Profiles. Clevedon: Channel View Publications[in English].
8. Bell, C. (2002) The big 'OE': Young New Zealand Travellers as Secular Pilgrims. Tourist Studies, 2, 143–158[in English].
9. Cohen, E. (1972). Towards a Sociology of International Tourism. Social Research, 39, 1, 164–182 [in English].
10. Cohen, E. (1973). Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-tourism. International Journal of Comparative Sociology, 14, 1–2, 89–103 [in English].
11. Cohen, E. (1982). Marginal Paradises: Bungalow Tourism on the Islands of Southern Thailand. Annals of Tourism Research, 9, 189–228 [in English].
12. Cohen, E. (2004). Backpacking: Diversity and Change. In G. Richards & J. Wilson (Eds.), The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice (pp. 43–59). Clevedon: Channel View Publications [in English].
13. Elsrud, T. (1998) Time Creation in Travelling : The Taking and Making of Time Among Women Backpackers. Time and Society, 7, 2/3, 309–334 [in English].
14. Erb, M. (2000) Understanding Tourists : Interpretations from Indonesia. Annals of Tourism Research, 27, 3, 709–736 [in English].
15. Gibbons, S. M. & Selvarajah, C. T. (1994). A Study of the International Backpacker Visitor to New Zealand : Building a Profile to Assess Value and Impact. Albany : Department of Management Systems, Massey University [in English].
16. Haigh, R. (1995) Backpackers in Australia Occasional Paper. Canberra : Bureau of Tourism Research, 20 [in English].
17. Hall, C. M. (1997)Tourism in the Pacific Rim : Developments, Impacts and Markets. 2nd ed. Melbourne : Addison Wesley Longman [in English].
18. Hampton, M. P. (1998) Backpacker Tourism and Economic Development. Annals of Tourism Research, 25, 3, 639–660 [in English].
19. Loker, L. (1993) The Backpacker Phenomenon II : More Answers to Further Questions. North Queensland : James Cook University [in English].
20. Loker-Murphy, L. & Peirce, P. P. (1995). Young Budget Travellers: Backpackers in Australia. Annals of Tourism Research, 22, 4, 819–843 [in English].
21. Lonely Planet Travel Guides and Travel Information (n.d.). www.lonelyplanet.com. Retrieved from <http://www.lonelyplanet.com/>[in English].
22. Lyon, J. (1997) Maldives. Hawthorn : Lonely Planet [in English].
23. Murphy, L. E. (2001). Exploring Social Interactions of Backpackers. Annals of Tourism Research, 26, 1, 50–67 [in English].
24. Noy, C. & Cohen, E. (2005) Introduction: Backpacking as a Rite of Passage in Israel. Israeli Backpacker : From Tourism to Rite of Passage. New Yoek : State University of New York Press [in English].
25. Ooi, N. & Laing, J. (2010) Backpacker Tourism: Sustainable and Purposeful? : Investigating the Overlap Between Backpacker Tourism and Volunteer Tourism Motivations. Journal of Sustainable Tourism, 18, 2, 191–206 [in English].
26. Pearce, P. L. (1990) The Backpacker Phenomenon: Preliminary Answers to Basic Questions. Townsville : James Cook University of North Queensland, Department of Tourism.
27. Riley, P. (1988). Road Culture of International Long-Term Budget Travelers. Annals of Tourism Research, 15, 2, 313–328 [in English].
28. Rolf Potts – pishuschiy brodyaga [Rolf Potts – writing characters Hobo]. teletravelhd.tv. Retrieved from <http://teletravelhd.tv/intervyu/item/23-rolf-potts-pishuschiy-brodyaga> [in Russian].
29. . Ross G. F. (1997) Backpacker Achievement and Environmental Controllability as Visitor Motivations. Journal of Travel and Tourism Marketing, 6, 2, 69–82 [in English].