

типологічний методи. Метод опитування залучено під час польових досліджень. Аналіз мереживного декору здійснено з застосуванням мистецтвознавчого методу.

Результати дослідження. Народний одяг населення Бойківщини від кінця XIX – початку XXI ст. вирізнявся типологічним розмаїттям та художніми особливостями. Мереживні вироби характерні низкою ознак, притаманних лише цьому регіону чи навіть окремим місцевостям. З'ясовано, що з огляду на способи носіння, техніки виготовлення та художні характеристики на увагу заслуговують очіпки – головний убір на зразок ажурної шапочки для заміжньої жінки. Це – невід'ємний атрибут весільного обряду майже до половини XX ст., а в окремих місцевостях очіпок зберігався до смерті (як данина традиції) навіть до початку XXI ст.

Визначено, що очіпки вирізнялися сировиною, техніками та технологічними прийомами виготовлення, способами оздоблення, що формувало їхні локальні особливості, почасти унікальні. Виплітали вручну, використовували голку, застосовували спеціальні кросенця для техніки «брання». Віддавна використовували льон або коноплі, а від початку XX ст. – волічку та бавовну. З розповсюдженням промислових тканин сітку, виготовлену вручну, поступово замінюють купованою. Очіпки носили у поєднанні з іншими типами головних уборів, – відповідно до локальних етнографічних особливостей та естетичних уподобань населення.

Матеріали, отримані під час авторських польових досліджень, а також пам'ятки з музейних збірок дозволяють говорити про унікальні локальні ознаки чепців із Турківського і частини Старосамбірського р-ну Львівської обл. (Західна Бойківщина, Галицька Бойківщина), які побутували в жіночому одязі, принаймні, від поч. XIX ст. Низкою спільних декоративних характеристик відрізняються ажурні очіпки зі Сколівщини чи південної частини Самбірського р-ну. З-поміж закарпатських очіпків кінця XIX – першої пол. XX ст. за характерними декоративними особливостями можна виокремити дві групи виробів – з Воловецького і Міжгірського (Закарпатська Бойківщина) та Великоберезнянського районів. Вироби, що побутували в жіночому вбранні кожного з цих осередків, можна проаналізувати в окремих публікаціях.

Наукова новизна. Вперше зроблено спробу ґрунтовного аналізу локальних особливостей та художніх характеристик ажурних очіпків із Бойківщини у контексті традиційного жіночого вбрання. Запропонована типологія розроблена на основі авторських досліджень. Це значною мірою уможливило введення до наукового обігу низки артефактів і відомостей, які засвідчують типологічне й мистецьке різноманіття ажурних головних уборів.

Практична значущість. Дослідження дозволяє розширити знання про традиційний одяг бойкинь кінця XIX – початку XXI ст., зокрема одного з його важливих компонентів – ажурних очіпків. Реконструкція архаїчної техніки «брання» за давніми зразками є важливою у сучасних практиках відтворення давніх типів вбрання та текстильних технік.

Ключові слова: народний одяг, Бойківщина, головний убір, очіпок, традиція, типологія, осередки, техніки виготовлення, мереживо, художні особливості.

Надійшла до редакції 29. 09.2020 р.

УДК 316.733:379.851

ДИСКУРСИ ТУРИСТИЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЦЕСІВ

Дичковський Степан Іванович – кандидат педагогічних наук, доцент,
директор інституту практичної культурології та арт-менеджменту,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ
<http://orcid.org/0000-0003-4771-4521>
DOI.org/10.35619/ucpmk.v34i34.351
227@ukr.net

Розглядаються питання феномену цифрового номадизму (цифрового кочівництва, digital nomad) або існування групи людей, яка веде «мобільний спосіб життя», постійно змінюючи місця проживання, а також використовуючи цифрові телекомунікаційні технології для виконання своїх професійних обов'язків і вирішення інших питань стає в сучасному світі все більш популярним і привертає увагу не лише практиків, а й теоретиків. Цифрове кочівництво – наслідок і причина активних змін матеріальної і духовної культури людства, формування в ній нових типів ідентичності (систем духовно-моральних орієнтацій, стратегій розуміння себе і світу, моделей спілкування).

Ключові слова: мобільність, номадизм, цифрове суспільство, культурні практики.

Постановка проблеми. Процес формування нових дискурсивних комплексів, що знаменують нові теоретико-методологічні повороти в дослідницьких практиках, соціальних і гуманітарних науках помітно активізувався в останні роки. Пильна увага до дискурсу мобільності, як атрибутивної властивості епохи глобалізації та інформаційного суспільства, пов'язана з розумінням величезної ваги такої ознаки сучасності, як прискорення соціальної динаміки. Поворот до вивчення мобільності або «mobility turn» зумовив переключення суспільствознавців на нову систему понять, метафор, образів, концептів, здатних сформувати особливу дослідницьку оптику, що дозволяє «охопити» всю динаміку суспільного буття [10].

Останні дослідження та публікації. Мобільність стала основною метафорою сучасного розуміння культури та суспільства. Особливий інтерес у дослідників викликають такі види мобільності як культурна й комунікативна, туризм та Інтернет як різновиди мобільності, урбаністична та міграційна мобільності тощо. Завдяки працям дослідників мобільності, серед яких варто особливо виділити Дж. Уррі, З. Баумана, Ж. Дельоза, Ф. Гваттарі, Ж. Атталі, В. Мітчелла, М. Кастельса, Д. Мейровіца, В. Волкова, мобільність розглядається як соціокультурне явище, притаманне сучасному інформаційно-комунікативному суспільству, а дискурс мобільності збагатився такими метафоричними поняттями як «мобільний поворот», «плинна сучасність», «мережева мобільність», «цифровий кочівник» і ін. Феномен цифрового номадизму охарактеризований в працях Ц. Макімото і Д. Меннерса, Д. Мессі, А. Гусеклу, В. Фернандеса, Н. Сіссон, Т. Ферісса, Д. Волкнера, М. Менсона, М. Арпентьєвої, І. Кужелєвої-Саган, А. Бекареєва, О. Русакової, А. Шлякова. Серед вітчизняних дослідників практики мобільності та номадизму вивчали І. Книш, А. Петренко-Лисак, Ю. Шевчук, Є. Більченко.

Відомий британський соціолог Джон Уррі феномен рухливості сучасних соціокультурних процесів характеризує як концептуальний зсув парадигми у філософії постмодерну та зазначає, що дискурси «мобільного повороту» мають стати основою комплексу наукових дисциплін під назвою «mobility studies» [22; 207–226]. На формування і утвердження нової парадигми у значній мірі вплинули теоретичні роботи з антропології, соціології й культурології, практичні напрацювання у галузі транспорту, географії та туризму, дослідження міграційних й науково-технічних процесів, які інтерпретували процеси глобалізованому суспільстві крізь призму сукупності систем мобільних практик. Парадигма «мобільного повороту» ґрунтується на концепції «мережевого капіталу» (network capital), що описує такі мобільності як: тілесні переміщення людей, фізичні переміщення об'єктів, уявні переміщення, віртуальні подорожі та комунікаційна мобільність. В умовах плинної сучасності та інформаційно-комунікативної революції, зазначає вчений, нам потрібні інфраструктурні та інституційні, а також соціальні та культурні швартування.

Дослідження дискурсу мобільності знайшло неповторне трактування в теорії плинної сучасності З. Баумана, який стверджував, що на сучасному етапі сучасності, «спостерігаємо помсту кочівництва над принципом територіальності та поселення» коли осілою більшістю керує кочова та екстериторіальна еліта. Відбувається становлення нових інтеркультурних індивідів, які вже не відчують себе носіями лише однієї певної культури, вони існують у новій плинній реальності, яка дозволяє брати активну участь у культурному житті «на відстані» [3]. Для людини плинної сучасності рух стає домінуючим модусом існування. Багато переміщаються з місця на місце: переїжджають у нове житло або подорожують. Деяким для того, щоб подорожувати, нема чого навіть виходити з дому: можна просто пурхати Інтернетом, викликаючи і поєднуючи на комп'ютерному екрані повідомлення з усіх кінців світу [2].

Одним із концептів сучасної мобільності є концепт нового номадизму, у центрі уваги якого процеси соціокультурних інверсій і трансформацій, які набули масового характеру в умовах прискорення людських та інших потоків [10]. Дискурс нового номадизму спрямований проти дискримінації «людей шляху», культивує установку на суспільне визнання мобільних соціальних груп та мобільного способу життя, спрямований на активне розмивання меж і бар'єрів між цивілізаційним «центром» і «периферією», відстоює політичну важливість й соціальну значущість міграційних процесів. Номадична детериторіалізація і мобільність, як і раніше актуальна для пояснення найважливіших проблем сучасності та є одним із шляхів подолання дисциплінарних кордонів і гегемонії культурних практик [12; 98–101]. Причому номадизм стосується не лише фізичного переміщення суб'єктів-людей, а й відноситься до образів, концептів, товарам, торкається різних сфер і типів сучасної цивілізації.

Постать кочівника-номада є прототипом людини нового історичного типу, оскільки втілює в своїй глибинній суті динамічний досвід буття в світі і формує образ людини, деякі риси якої (відкритість новизні, універсалізм, екологічне мислення, креативність та ін.) набудуть особливої значимості в майбутньому часі [11]. Саме потреба виживання в складних, суперечливих реаліях майбутнього постсучасного світу буде ставити перед людством завдання корінного перетворення самого себе, важливу роль у чому повинні зіграти саме цінності номадного способу життя, які пройшли перевірку часом. Людина номадного суспільства має величезний культуротворчий потенціал для розвитку креативності, який може відкрити нові перспективи для сучасного людства та стати фундаментальною основою майбутнього суспільного устрою, що протистоїть ідеології національної винятковості і ксенофобії.

Мета статті – проаналізувати сучасні дискурси туристичної мобільності в контексті сучасних соціокультурних процесів

Виклад основного матеріалу. Одним із найцікавіших дискурсів дослідження цифрового номадизму, є культурологічний. Динамічно розвиваючись, в умовах соціальних «трансформацій» нового століття, цифровий номадизм знаходить утілення як у глобальних міжкультурних практиках «кочування», так і локальних культурних просторах міст, наближаючи їх жителів, як представників

мережевого суспільства, до образів міських цифрових кочівників [7]. При цьому динаміка наукового вивчення цифрового номадизму істотно відстає від швидкості поширення його культурної практики і за весь час існування нового кочівництва як популярної ідеї і нової соціокультурної практики, дана проблематика нечасто ставала предметом наукових дискусій і досліджень. Системне вивчення культури цифрових кочівників як цілісного явища, може здійснюватися в парадигмі різних наукових дисциплін: культурології, соціальної філософії, гуманітарної інформатики та інших наук [6].

Аналіз впливу мобільного способу життя на простір, час і місце, соціальні відносини та ідентичність з точки зору цифрового кочівництва відкриває дискусію про нерівний доступ до гіпермобільного способу життя, про виклики для культурних ідентичностей, національних державних конструкцій, глобалізованої економічної системи, а також місць переважного проживання цифрових номадів та місцевого культурного середовища. Оскільки в інформаційному суспільстві індивід інтернаціоналізує різні культури без ідентифікації з ними, то сучасна людина часто опиняється в ситуації вибору різних модусів ідентичності. У світі глобальних технологій і комунікацій сучасна людина отримала знання про культури, не проживаючи в них: питання культурної самосвідомості людини «До якої культури я належу?» трансформується в питання «Що я можу запозичити з наданих мені культур?» [5; 64–78]. Людина отримала можливість використовувати надбання багатьох культур без усвідомлення їхньої значимості. Тепер їй достатньо лише вирішити для себе, наскільки для неї важливий той чи інший «фрагмент» культури. При цьому відбувається розведення двох модусів існування людини: можливість знати й можливість бути. Виникає так званий «сувенірний синдром», за аналогією з подорожами в іншокультурні регіони, коли відбувається не глибоке занурення в культурні пласти місця перебування, а поверхневе ковзання поглядом по мальовничих пейзажах туристичної місцевості.

Постійні переміщення і калейдоскоп вражень створюють ілюзію насиченого і повноцінного життя, яке не завжди співпадає з реальністю. Першою і найголовнішою проблемою стали соціальні зв'язки: кочівники легко сходилися один з одним, але так само легко розходилися, кочівники втрачали зв'язок із родичами і друзями, які залишилися на батьківщині. Свідомість цифрового кочівника знаходиться в згоді з законами Всесвітньої павутини, оскільки постійна присутність в Інтернет – одне з основних умов існування сучасних номадів. Для успішної взаємодії в Мережі сучасні кочівники приймають правила і обмеження комп'ютерних програм, веб-сайтів, а також різних соціальних медіа систем, хоча в своїх блогах популяризують вільне і мобільне життя: це сприяє залученню все нових і нових послідовників цифрового номадизму. Позитивні моменти їхнього способу життя складаються в свободі вибору місця перебування і способів пізнання світу. Негативна сторона іміджу цифрового кочівництва – самотність, нестабільний заробіток і неможливість сконцентруватися на виконанні робочих завдань [19].

У 2000-х рр. цифрове кочівництво вийшло на новий рівень суспільного визнання, оскільки з'явилися веб-сайти, що популяризували місця для мандрівок та відпочинку цифрових номадів, зокрема technomadia.com, відкрилися комфортні коворкінг-центри і доступні публічні простори (наприклад, у спіральній Музі в Сан-Франциско та коворкінг-простір Сент-Обергольц у Берліні), ідеї його прихильників знайшли відображення на численних конференціях (включаючи DNX (з 2014 року) та CUAsia (з 2015 року)), з'явилися спеціалізовані Інтернет-спільноти (зокрема, Nomad List, Hashtag Nomads та Dynamite Circle / TropicalMBA), сформувався напрям бізнесу, який обслуговує цифрових кочівників «wannabe» (наприклад, Академія Digital Nomad). У 2007 р. з'явився Dropbox, а у 2008-2010 рр. поширення широкосмугового інтернету – з тих пір можливості хмарного зберігання даних лише ширилися, як і ряди професіоналів, які працювали дистанційно. Саме це стало відправною точкою для розвитку фрілансерів, а пізніше – і формування культури діджитал-номадів, поняття спільної «цифрової кочівницької» ідентичності. Американський художник нових медіа Г. Левін у 2011 р. спеціально для цифрових кочівників розробив знакову систему з 100 QR-кодів, призначених для цивільної розмітки міських просторів із метою спрямування, інформування та попередження про небезпеки або, навпаки, цікаві об'єкти. За допомогою спеціальних програмних додатків для мобільних пристроїв ці коди перетворюються в короткі тексти-повідомлення [18].

Використовуючи нові технології, цифрові кочівники створюють власні проекти, бренди та сфери діяльності, їх ідеї охоплюють велику аудиторію та інтегруються у соціальні, мистецькі і туристичні мережі. Представники цифрової культури взагалі і цифрових кочівників, зокрема, створюють свої культурні коди, якими можуть бути «кочові предмети» (мобільні бездротові девайси і гаджети), «кочові технології» (додатки для мобільних пристроїв, QR-коди), «оазиси» («треті місця», кафе з бездротовим зв'язком (типу Starbucks), публічні бібліотеки, коворкінги, зони Wi-Fi та ін.), спільні віртуальні форуми і зустрічі в «третіх місцях» тощо. Прикладами кодифікованих медіа можуть слугувати авторський або корпоративний блог цифрового кочівника; їх локальні (міські) або глобальні Інтернет-форуми; блог експерта з розробки міських маршрутів кочування і блог флешпакера-альпініста і т.п.

Цифрові кочівники є просторово мобільними, з обмеженими соціальними зв'язками, мають кон'юнктурний та гнучкий спосіб мислення та відмовляються перебувати тривалий час у будь-якому конкретному місці. Новий бізнес більше не потребує офісу, оскільки люди можуть працювати з будь-якого місця. Наразі зустрічі співробітників нових організацій, які більше не прив'язані до певного робочого столу та робочого часу, часто проводяться в кафе, а не в офісі, тобто приватні закриті приміщення з особливою функцією замінюються публічними просторами з багатофункціональним призначенням. Сучасні номади це нова порода міських жителів, які відвідують кав'ярні та бібліотеки з безкоштовним Wi-Fi. Це оазиси для «техно-бедуїнів», які живуть постійно пов'язаним життям через свої смартфони та ноутбуки [17].

При виборі місця чергової зупинки у своїх подорожах, сучасні номади значну увагу приділяють можливості налагодження соціальних контактів, тому наявність цікавих і різноманітних за тематикою «третіх місць», як центрів суспільного життя, стає критерієм визначення регіону проживання. Ось чому багато чудових місцевостей намагаються залучити цифрових кочівників не лише мальовничою природою, але й співпрацюючи з ними на рівні культур та ідей щоб стати місцем, де кожен би відчував себе вдома. Туреччина, наприклад, оголосила, що готова вкласти значні кошти в цифровий маркетинг для своєї туристичної галузі, а Шрі-Ланка оголосила про запуск масштабної цифрової промоції країни, як привабливого маршруту для туристів. Індонезія в якості відповіді на міжнародну експансію Airbnb за підтримки уряду запустила власну мережу бронювання житла, що здається в оренду. Як «незалежні працівники» й креативні фахівці, діджитал-номади часто стають своєрідним буфером між традиційними туристами і місцевими жителями, намагаючись інтегруватися в місцеві громади та інвестуючи у різні «треті місця» [21]. Ці місця також дають можливість зануритись у місцеву культуру, набутти культурний досвід взаємодії з місцевими «аборигенами» в процесі вирішення певних соціальних проблем.

Схеми подорожей також зазнають змін, оскільки рух цифрових кочівників відбувається у вигляді перескакування з одного місця в інше й завжди орієнтований на можливість залишатися на зв'язку. Таким чином, мобільність кочівників може бути, як фізична (тілесне переміщення), так і віртуальна (в просторі мережі Інтернет). За словами Кастельса «найважливіше це постійне сполучення, а не рух». Вже у 1980-х рр. Таїланд стає місцем паломництва нового типу незалежних мандрівників – «туристів», які подорожували лише з рюкзаками. На Бангкокській дорозі Хао-Сан-Роуд, місцеві жителі створили мережу приватних дешевих «гостьових будинків» та сімейні пансіонати. Падіння цін на проживання, поява спеціалізованих путівників призвели до того, що незабаром у багатьох регіонах світу з'явилися подібні сервіси для туристів-бекпекерів. Пізніше саме програмісти і розробники нових інформаційних технологій були у першій хвилі «цифрової міграції» у країни Азійського континенту, в яких створювалися комфортні умови для цифрових кочівників.

Цифрове кочівництво залучає переважно західних професіоналів, які використовують різноманітні інформаційні системи (ІС) та засоби інформаційних технологій (ІТ) для цифрової роботи через Інтернет та постійних подорожей в екзотичні місця і світові культурні центри [20]. Заснований у 2000 р., TripAdvisor з часом переформував індустрію подорожей та систему оцінок туристичних дестинацій для цифрових кочівників. Крім того, цифрові платформи Couchsurfing та AirBnB почали пропонувати альтернативні моделі розміщення в різних країнах. З Меттом «Танцюючим» Гардінгом у 2005 р. світ побачив першу «цифрову зірку YouTube-кочівника» (Гардінг був першим туристичним блогером, який отримав головне корпоративне спонсорство і отримав мільйони переглядів). Кращими місцями для віддаленої роботи цифрових кочівників, згідно відгуків користувачів інтернет-спільноти Nomad List, та бази даних міст є Бангкок та Чіанг Май (Таїланд), Барселона (Іспанія), Берлін (Німеччина), Будапешт (Угорщина). Nomad List публікує відгуки від своєї мережі цифрових кочівників, які аналізують соціокультурні потенціали міст на основі переліку критеріїв, які стосуються культурних відмінностей щодо свободи слова і дружелюбності місцевих жителів до іноземців, доступу до транспортних послуг, інфраструктури мистецьких закладів, вартості кави у популярних кав'ярнях і кращих місць для спільної роботи. У 2010 р. з'явився Instagram, що символізувало тенденцію до більшої візуальної комунікації та підтримку цифрового кочівництва як поширеного явища (наприклад, за допомогою кліше фотографії «ноутбук на пляжі»).

Поява мобільних і цифрових технологій й поширення бездротових комунікацій, що дозволили людям звільнитися від прихильності до певного місця та необхідності підтримувати необхідні комунікативні зв'язки, дозволяє сучасним номадам працювати на компанії, розташовані в різних частинах світу. При цьому, однак, вони мають свій «цифровий дім», знаходження якого напряму залежить від можливостей підключення до мережі Інтернет, констатує М. Арпентьева [1; 5–16]. В результаті теоретичного аналізу номадизму авторка виділяє кілька основних типів цифрових кочівників: «людина всесвіту», яка зберегла зв'язок з рідною культурою, а також націлена на встановлення зв'язків з іншими культурами і їх представниками під час подорожей; «амбівалентний»

тип цифрового номадизму, що орієнтується на територіальну експансію і пошук «задоволень», «життя за своїми правилами», уникнення обов'язків і обмежень повсякденних зобов'язань; «клаптевий тип», чиє кочівництво виглядає як спорадичне переміщення «людини без коренів», «перекотиполя», подорож як прихований протест «проти» самого себе і світу [1; 5–16].

Цифрові кочівники використовують віддалену роботу нетрадиційним способом для фінансування та реалізації свого бажання побачити світ. У певному сенсі, це підтверджує думку багатьох учених, про необхідність мати значний багаж знань щоб стати цифровим кочівником. Кращими вакансіями для цифрових кочівників, вважає Волкнер, є підприємці електронної комерції, які часто можуть звільнити себе для роботи під час подорожей; письменники, редактори та ін. Цифрове кочівництво буде цікавим також для фотографів, діяльність яких передбачає відносно вільний графік роботи і відсутність буденної рутини. Чимало сфер фотографії досить добре підходять для цифрового кочового способу життя - їжа, тварини, макрофотографія, пейзажі тощо.

Служба підтримки також є ідеальною позицією для віддаленої роботи, оскільки компаніям потрібні команди по всьому світу, щоб пропонувати цілодобову підтримку. Майже третина цифрових кочівників позитивно ставляться до ідеї появи домашнього «віртуального турагента», який буде відповідати на запити про поїздки і пропонувати варіанти на основі аналізу минулих подорожей чи готові персональні рекомендації про подорожі. Більше половини респондентів зацікавлені в технологічних інноваціях в сфері подорожей (наприклад, цифрових туристичних гідів), які допоможуть зробити враження від поїздки дійсно унікальними.

Попит на персональні рекомендації, які допомагають отримати найкращі враження від поїздки, зростає, і не дивно, якщо цим скористаються виробники якісного контенту на тему подорожей. Сьогодні кількість сервісів, які пропонують персоналізовані туристичні послуги онлайн, неухильно зростає. Зокрема, платформа UNIQUE – це повнофункціональний конструктор подорожей. Тобто агент дійсно може скласти індивідуальний тур, комбінуючи різні типи послуг і отримати остаточну вартість туру в режимі онлайн з урахуванням усіх бонусів і спеціальних пропозицій. При цьому можливе бронювання різних типів послуг і навіть об'єднання декількох окремих бронювань в одному «кошику» з наступним підтвердженням покупки в один клік. Готелі теж здійснюють цифрову трансформацію бізнесу, яка дозволяє створювати більш адресні, персоналізовані пропозиції. Сьогодні цифрові асистенти в готелях можуть надавати підтримку check-in, надавати корисну інформацію про дозвілля та пов'язувати гостей з рідними і близькими в пару кліків. Крім того, класичні офлайн-рітейлери активно нарощують свою присутність в індустрії гостинності, створюючи зовсім інший вид конкуренції для традиційних гравців.

Згідно зі статистикою Google, нинішні туристи, плануючи свою подорож, здійснюють до 400 пошукових запитів, дана активність використовується туристичними компаніями для того, щоб вплинути на рішення туриста і схилити його на користь певної компанії, маршруту або готелю. Камбоджійська платформа Camboticket, нещодавно створила сервіс, який дає можливість резервувати місця по електронній пошті в автобусах, на поромках і навіть у приватних службах таксі в Камбоджі, Таїланді, В'єтнамі та Лаосі. Тайський стартап Local Alike пропонує нову концепцію розвитку локального туризму: в рамках онлайн-платформи співробітники компанії будуть об'єднувати і консультувати місцевих жителів по всьому світу, які можуть запропонувати туристам свої послуги. На розвиток концепції Local Alike отримав грошовий приз від Booking.com. Журі стартап-контексту Startup Weekend Bali у 2017 р. відзначило додаток Travelis, який дає можливість туристам зв'язатися з місцевими водіями і гідями на Балі [16].

Серед основних потреб, які задовольняються при використанні портативних девайсів, особливо з платформами локальних соціальних мереж, можна визначити такі: розклад транспорту, планування міських маршрутів пересування, замовлення таксі, інформація про пробки і навігація; пошук місць розваг для відпочинку, відгуки про них, інформація про туристичні та екскурсійні маршрути, місця пам'яток; сервіс платежів та покупок, інформація про акції та мобільні платежі, оплата різних сервісів (від ігрових до комунальних), висновки і обмін електронних валют, інтернет-банкінг і доставка / отримання замовлень; замовлення і доставка їжі, в т.ч. пошук закладів, бронювання столиків, порівняння відгуків і цін, пошук найближчих або недорогих супермаркетів, магазинів конкретних продуктів; пошук і оренда житла, бронювання готелів [9].

Поширення у повсякденному житті комп'ютерно-інформаційних технологій призвело до появи специфічних культурних практик у мережі Інтернет та креативних онлайн-практик у межах яких виникли такі феномени як аматорське відео і фотопрактики [13; 120–122]. Поширення «соціальних технологій» (наприклад, таких соціальних медіа, як Flickr, LinkedIn та Facebook), дзвінки через Інтернет-протокол (VoIP) та відеоконференції (особливо з запуском Skype у 2003 р.) призвели до того, що з часом сформувалася ціла каста «цифрових волоцюг», як індивідуальних мандрівників, так і цілих сімей, які подорожують протягом багатьох років і заробляють на життя своїми розповідями в Інтернеті про пригоди

і враження під час подорожі, діляться досвідом як мінімізувати негативні наслідки цього своєрідного і, в якійсь мірі, ризикованого стилю життя. Важливим для кочівників став вихід у 2003 р. Google AdSense в Інтернет, що дозволило мандруючим блогерам розмішувати рекламу з мережі рекламодавців Google. Водночас, загальна доступність побутової аудіовідеотехніки, комп'ютерів із периферійними пристроями розважального призначення стандартизують культуру повсякденного життя, форми проведення дозвілля, що знижує регулятивну роль традиційних етичних та культурних норм.

Номадизм, таким чином, усвідомлюється дослідниками як певний підхід, соціокультурне явище й окремі різновиди практик. Однак мобільність стає настільки багатоликою і неоднозначною, що необхідний постдисциплінарний підхід, який Дж. Уррі і пропагує.

Для Баумана бродяга і турист є більш імовірними метафорами постсучасності. Те, що сьогодні величається як «глобалізація», пов'язане з мріями і бажаннями туристів. Іншим її наслідком - побічним, але неминучим – є перетворення безлічі інших людей в бродяг. Модне поняття «кочівники», що застосовується без розбору до всіх, хто живе в постсучасну епоху, багато в чому є помилковим, оскільки затушовує глибокі відмінності між цими двома різновидами досвіду і зводить все схожість між ними до формальних зовнішніх рисах. Так, З. Бауман вважає, що найбільш прийнятними сьогодні є метафори бродяги і туриста. Так, «турист платить за свою свободу, право не звертати увагу на місцеві турботи і почуття, право створювати власну мережу значень ... Світ належить туристу, ...він повинен прожити в ньому із задоволенням і, таким чином, наділити його сенсом» [15]. Туристи перетворюються в мандрівників, ставлячи мрію про тугу за домом, солодку і гірку одночасно, вище домашніх зручностей, тому що їм так хочеться; або тому, що вважають це найбільш розумною стратегією поведінки в житті «при обставинах, що склалися», або тому, що спокусилися справжніми або уявними задоволеннями життя в пошуках нових відчуттів. Туристи переїжджають з місця на місце, тому що вважають доступний їм світ (а це вся земна куля) чарівно привабливим – бродяги вирушають в дорогу, тому що доступний їм (місцевий світ) виглядає нестерпно негостинні. Туристи подорожують, тому що вони цього хочуть; бродяги – тому, що у них немає іншого відповідного вибору. Якою б мірою стратегія «туристського» поведінки ні визначалася необхідністю, свобода вибору – кров і плоть туриста.

Деякі зарубіжні дослідники послідовно проводять думку про неминучість приходу цивілізації кочівників. При цьому поняття «кочівник» береться в самому широкому сенсі цього слова, позначаючи будь-якого здійснювали шлях людини. На кочівника регулярно посилаються як на метафору нашого сучасного технологічно опосередкованого мобільного способу життя та ідентичності.

Просунутий «*homo mobilis*» XXI ст. набуває масового характеру, оскільки володіє універсальним комплексом заданих йому характеристик і навіть рис характеру, а також поділених їм цінностей і переконань. Однією з важливих рис, властивих його конформістської свідомості, є схильність до спонтанного прийняття своєчасних рішень, що, як правило, знаходить вираз у категорії «мобільного потенціалу» [8]. Кочівник досяг зеніту з появою цифрових медіа-технологій.

І. Кужелева-Саган вважає, що цифрове кочівництво – це соціокультурне явище, що належить виключно сучасному мережевому інформаційно-комунікативного суспільства, а головними характеристиками цифрових кочівників є їх мобільність і постійне підключення до мережі [6]. При цьому за весь час існування нового кочівництва як популярної ідеї і нової соціокультурної практики, дана проблематика нечасто ставала предметом наукових дискусій і досліджень. Як правило, дослідницькі інтереси зосереджуються на окремих аспектах культури цифрового кочівництва.

Кінець дев'яностих років ознаменувався введенням нового метафоричного терміну, який характеризував зміни в соціокультурних мобільностях інформаційного суспільства – «цифровий кочівник» або цифровий номад. Цифрове кочівництво (цифровий номадизм) належить до ряду найбільш яскравих проявів сучасного інформаційного суспільства або суспільства-Мережі. Образ номада / кочівника ще не раз розглядався і використовувався авторами не лише філософських, а й соціологічних теорій і концепцій («Номади постмодерну» З. Баумана, «взаємопов'язаний номадизм» Р. Брайдотті та ін.), Проте постав у новому втіленні – ідеї цифрового / електронного кочівництва – на рубежі XX–XXI ст. у результаті появи і масового поширення мережі Інтернет, бездротового зв'язку і самих різних цифрових технологій.

То хто ці глобальні кочівники? Чи є вони високо мобільними космополітами, «глобальною елітою» М. Кастеля у «просторі потоків» (Castells, 1996). Це працівники-мігранти, які подорожують за кордон і підтримують зв'язок через мобільний телефон? Чи є вони знерухомленими людьми, які споживають світ за допомогою своїх мобільних пристроїв і є фактично і уявними мобільними?

Феномен цифрового номадизму (цифрового кочівництва, *digital nomad*) або існування групи людей, яка веде «мобільний спосіб життя», постійно змінюючи місця проживання, а також використовуючи цифрові телекомунікаційні технології для виконання своїх професійних обов'язків і вирішення інших питань стає в сучасному світі все більш популярним і привертає увагу не тільки

практиків, а й теоретиків Цифрове кочівництво –наслідок і причина активних змін матеріальної і духовної культури людства, формування в ній нових типів ідентичності (систем духовно-моральних орієнтацій, стратегій розуміння себе і світу, моделей спілкування).

Людина в пошуках своєї ідентичності завжди прагне знайти собі подібних, тому в глобальній мережі з'являються різні інтернет-спільноти.

Наукова новизна: Вперше доведено, що сучасний кочівник також зазнає змін у суб'єктності, ідентичності та культурі. Як останнє зауваження, цифровий кочівник викликаний, щонайменше, різними корпораціями, що продають мобільні технології та рекламують надзвичайно гнучкий мобільний спосіб життя. З цього моменту онтогенез цифрового кочівництва може розглядатися вже в двох площинах: 1) в межах науково-гуманітарного та публіцистичного дискурсу; 2) в просторі сучасного мережевого інформаційно-комунікативного суспільства з його реальної віртуальністю і віртуальною реальністю.

Висновки: Проаналізувавши сучасні дискурси туристичної мобільності в контексті соціокультурних процесів, доведено, що кочівництво поєднує в собі автономність роботи на дистанції та фізичну мобільність у просторі, поєднуючи «старий та гнучкий стиль роботи». Цифрове кочівництво – це не затягування багатьох технологій. Кочівники «визначаються не тим, що вони несуть, а тим, що вони залишають, знаючи, що навколишнє середовище це забезпечить». Діджитал-кочівники стали новою формацією віддалених працівників, яка відрізнялася від протококів-дауншифтерів. Сенсом їхнього життя стало самовдосконалення і постійне поліпшення результатів своєї роботи. Зростає число професіоналів, яке ставить подорожі своїм головним пріоритетом, свідчить про вплив «цифрових кочівників» на індустрію туризму.

Провідними модусами, структуруючими свідомість «цифрового кочівника» є свобода і залежність, близькість і відчуження, праця і відпочинок, новизна і звичність, розвиток і стагнація. Провідною ідеєю «цифрових кочівників», при цьому, часто є прагнення досягнення і підтримки соціально-статусного та психофізіологічного благополуччя, в тому числі свободи і різноманітності, осягнення себе і світу з різних сторін, пошук нових способів буття і відносин, інтеграції в світове людство. Як негативні - відмова від побудови відносин близькості і сталості, традиційних для рідної культури і людства в цілому духовно-моральних цінностей, маргіналізація. Разом із тим, зміни в суспільстві розглядаються як неминучі, а логіка індивідуальних «кочових» практик поширюється на суспільство загалом.

Розвиток поняття традиційного та цифрового кочівництва та естетики, тісно пов'язані з кочовим досвідом. Хоча потрібно пам'ятати одне, що слова «цифровий кочівник» та «незалежне місцезнаходження» часто змішуються, але між ними є величезна різниця. Насправді не кожен цифровий кочівник заробляє достатньо грошей, щоб можна було жити та працювати в будь-якій точці світу. Це одна з причин, чому багато людей переходять на цифрові центри кочівників із низькою ціною життя, як Балі чи Чіанг Май. Нам знадобиться набагато більше, щоб стати повністю незалежною від локації та мати можливість вести свій бізнес із таких місць, як Лондон, Мюнхен чи Сан-Франциско. Ось чому стати цифровим кочівником набагато простіше, ніж незалежне місцезнаходження, що завжди має бути кінцевою метою [23]. Є навіть нові посади, створювані спеціально для віддаленої роботи, такі як постійний віртуальний помічник.

Кочівник також підтверджує просвітницькі ідеали гіперіндивідуальності. Він модно перетворює старі уявлення про ідентичність повної особистої свободи та автономії. Замість того, щоб постійно ставити під сумнів фіксовані категорії ідентичності, як це мають номадологи, цей технологічно керований утилітарний кочовик радий максимізувати власну свободу пересування та оптимізувати особистий вибір шляхом здійснення контролю.

Про зростання динамічності соціуму суспільства, який освоює цифрові технології, коли відбувається стрімке розширення і «номадізація» мережевого середовища як прояву «цифрового кочівництва», пише в своїх роботах Е. Ярославцева [14; 503–513].

Розглядаючи проблему сучасного номадизму А. Бекарев відзначає, що рушійними силами номадизму є фундаментальні цінності відчуженого світу, які краще назвати «символічними посередниками»: «гроші (всі види капіталу); влада (наділена авторитетом сили); слава (переможний імідж або бренд)». Бренд, будучи розкрученим іміджем, теж володіє умами і волею. Торгові марки створюють цілі партії шанувальників. Вони стали богами епохи постмодерну, а дотримання цих цінностей веде до втрати соціальності [4; 25–29].

Список використаної літератури

1. *Арпентьева М. Р.* Медиатизация жизни и цифровое кочевничество: типы цифрового кочевничества и их идентичность. *Медиаисследования*. Спецвып.. 2017 / под ред. Т. А. Семилет, И. В. Фотиевой. Барнаул : ИП Колмогоров И.А., 2016. С. 5–16.
2. *Бауман З.* Глобализация. Последствия для человека и общества / пер. с англ. Москва : Весь Мир, 2004. 188 с.

3. **Бауман З.** Текучая современность / пер. с англ. С. А. Комаров. Москва : Питер, 2008. 238 с.
4. **Бекарев А. М.** Современный номадизм: проблемы организации и дезорганизации. *Вестник Нижегород. ун-та. Серия : Социологические науки.* 2009. Вып. 4. С. 25–29.
5. **Більченко Є.** Монокультурна, полікультурна і транскультурна ідентичність: компаративний дискурс. *Наук. зап. Серія : Філософія. Острог: Нац. ун-т «Острозька академія».* 2009. Вип. 5. С. 64–78.
6. **Кужелева-Сазан И. П.** Культура цифровых кочевников и возможные подходы к её изучению. *Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд : материалы III междунар. трансдисциплинарной науч.-практ. WEB-конференции Connect-Universum-2016, 24-26 мая 2016 года.* URL : <file:///C:/Users/alexe/Downloads.pdf> (дата обращения : 29.02.2020).
7. **Кужелева-Сазан И. П., Сучкова Н. А.** Онтология сетевого общества и культура цифровых кочевников: методологические подходы. *Вестник Томск. гос. ун-та.* 2019. № 440. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/ontologiya-setevogo-obschestva-i-kultura-tsifrovyyh-kochevnikov-metodologicheskie-podhody> (дата обращения : 29.02.2020).
8. **Моисеенко Я. Ю.** Мобильность как свойство массового конформистского сознания. *Дискурс-Пи.* 2015. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mobilnost-kak-svoystvo-massovogo-konformistskogo-soznaniya> (дата обращения: 27.12.2019).
9. **Петренко-Лысак А. А.** Мобильный урбанизм в транзитивных местах городского ландшафта *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований.* 2016. № 5. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/mobilnyy-urbanizm-v-tranzit-iv-nyh-mestah-gorodskogo-landshafta> (дата обращения: 27.12.2019).
10. **Русакова О. Ф.** Дискурс мобильности в современных коммуникациях. *Научные ведомости БелГУ.* Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 13 (184). URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-mobilnosti-v-sovremennykh-kommunikatsiyah> (дата обращения: 27.12.2019).
11. **Сулейменов Т. А.** О номадическом дискурсе в современной философской антропологии. *Вестник Алма-Аты.* 2009. URL : <https://articlekz.com/article/8395> (дата обращения: 27.12.2019).
12. **Усовская Э. А.** Установки номадизма в культуре постмодерна // *Вести Ин-та современных знаний им. А. М. Широкова.* 2017. № 2. С. 98–101.
13. **Шевчук Ю. А.** Культурна практика у контексті медіатизації культури за концепцією С. Крековича. *Культурологічний альманах.* Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2018. Вип. 7. С. 120–122.
14. **Ярославцева Е. Т.** Цифровая мобильность и культурные переключки. *Исторические повороты культуры* сб. науч. ст. (к 70-летию И. В. Кондакова) / общ. ред. и сост. О. Н. Астафьевой. Москва, 2018. С. 503–513.
15. **Bauman Z.** Postmodern Ethics. L. : Routledge, 1993. 262 p.
16. **Digital-мыризм.** URL: <http://ictnews.uz/category/bez-rubriki/> (viewed on June 13, 2019).
17. **Fatih Aydogdu.** Frame of new nomad. URL : <http://neonomadproject.com/nomadology-read.html> (viewed on August 01, 2020).
18. **Golan Levin.** URL: <http://aksioma.org/fuck/>; <http://www.flong.com/projects/qrcodes-for-digital-nomads> (viewed on September 21, 2020).
19. **Manson M.** The dark side of the digital nomad. URL : markmanson.net/digital-nomad (дата звернення: 17.12.2019). (viewed on December 17, 2019).
20. **Schlagwein D.** «Escaping the Rat Race»: Different Orders of Worth in Digital Nomadism», in: International Workshop on the Changing Nature of Work (CNOW), 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/326235324_Escaping_the_Rat_Race_Justifications_in_Digital_Nomadism (viewed on September 15, 2020).
21. **Schlagwein D.** The History of Digital Nomadism International Workshop on the Changing Nature of Work (CNOW), 2018. URL : https://www.academia.edu/37849519/The_History_of_Digital_Nomadism (viewed on August 21, 2020).
22. **Sheller M., Urry J.** The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A.* 2006. Vol. 38, № 2. P. 207–226.
23. **Volkner J.** How to become a digital nomad. URL : www.webworktravel.com/become-digital-nomad (viewed on May 15, 2019).

References

1. **Arpentieva M. R.** Mediatization of life and digital nomadism: types of digital nomadism and their identity. *Media research. Special issue.* 2017 / ed. T. A. Semilet, I. V. Fotieva. Barnaul: IP Kolmogorov I.A., 2016. p. 5–16.
2. **Bauman Z.** Globalization. Consequences for man and society / per. from English Moscow: Ves Mir, 2004. 188 p.
3. **Bauman Z.** Fluid modernity / per. from English S. A. Komarov. Moscow: Peter, 2008. 238 p.
4. **Bekarev A. M.** Modern nomadism: problems of organization and disorganization. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University. Series: Sociological Sciences.* 2009. Issue. 4. P. 25–29.
5. **Bilchenko E.** Monocultural, multicultural and transcultural identity: comparative discourse. *Naukovi zapiski. Series: Philosophy. Ostrog: National University «Ostrozka Academy».* 2009. 5, P. 64–78.
6. **Kuzheleva-Sagan I. P.** Culture of digital nomads and possible approaches to its study // Digital nomadism as a global and Siberian trend: materials of the III international transdisciplinary scientific and practical WEB-conference Connect-Universum-2016, May 24–26, 2016 ... URL: <file:///C:/Users/alexe/Downloads.pdf> (date of access: 29.02.2020).
7. **Kuzheleva-Sagan I. P., Suchkova N. A.** Ontology of the network society and the culture of digital nomads: methodological approaches. *Bulletin of the Tomsk State University.* 2019. №. 440. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ontologiya-setevogo-obschestva-i-kultura-tsifrovyyh-kochevnikov-metodologicheskie-podhody> (date of access: 29.02.2020).

8. **Moiseenko Ya. Yu.** Mobility as a property of mass conformist consciousness. *Discourse-Pi*. 2015. N. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mobilnost-kak-svoystvo-massovogo-konformistskogo-soznaniya> (date of access: 27.12.2019).
9. **Petrenko-Lysak A. A.** Mobile urbanism in transitive places of the urban landscape // Labyrinth. *Journal of social and humanitarian research*. 2016. N. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mobilnyy-urbanizm-v-tranzit-ivnyh-mestah-gorodskogo-landshafta> (date of access: 27.12.2019).
10. **Rusakova O. F.** Discourse of mobility in modern communications. *Scientific Bulletin of BelSU. Series: Humanities*. 2014. №. 13 (184). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-mobilnosti-v-sovremennyh-kommunikatsiyah> (date of access: 27.12.2019).
11. **Suleimenov T. A.** On nomadic discourse in modern philosophical anthropology // Bulletin of Almaty. 2009. URL: <https://articlekz.com/article/8395> (date of access: 27.12.2019).
12. **Usovskaya E. A.** The attitudes of nomadism in the culture of postmodernism // News of the AM Shirokova. 2017. №. 2. P. 98–101.
13. **Shevchuk Y. A.** Cultural practice in the context of mediaization of culture for the concept of S. Krekovich. *Cultural Almanac. Vinnytsia: TOV Nilan-LTD*, 2018. № 7, P. 120–122.
14. **Yaroslavtseva E. T.** Digital mobility and cultural roll-overs // Historical turns of culture: collection of articles. scientific. article (to the 70 th anniversary of I.V. Kondakov) / Society. ed. and comp. O. N. Astafieva. Moscow, 2018, P. 503–513.
15. **Bauman Z.** Postmodern Ethics. L.: Routledge, 1993. 262 p.
16. **Digital tourism.** URL: <http://ictnews.uz/category/bez-rubriki/> (viewed on June 13, 2019).
17. **Fatih Aydogdu.** Frame of new nomad. URL: <http://neonomadproject.com/nomadology-read.html> (viewed on August 01, 2020).
18. **Golan Levin.** URL: <http://aksioma.org/fuck/>; <http://www.flong.com/projects/qrcodes-for-digital-nomads> (viewed on September 21, 2020).
19. **Manson M.** The dark side of the digital nomad. URL: markmanson.net/digital-nomad (date of the blast: 12/17/2019). (viewed on December 17, 2019).
20. **Schlagwein D.** «Escaping the Rat Race': Different Orders of Worth in Digital Nomadism», in: International Workshop on the Changing Nature of Work (CNOW), 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/326235324_Escaping_the_Rat_Race'_Justifications_in_Digital_Nomadism (viewed on September 15, 2020).
21. **Schlagwein D.** The History of Digital Nomadism International Workshop on the Changing Nature of Work (CNOW), 2018. URL: https://www.academia.edu/37849519/The_History_of_Digital_Nomadism (viewed on August 21, 2020).
22. **Sheller M., Urry J.** The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*. 2006. №. 38, P. 207–226.
23. **Volkner J.** How to become a digital nomad. URL: www.webworktravel.com/become-digital-nomad (viewed on May 15, 2019).

ДИСКУРС ТУРИСТИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ

Дычковский Степан Иванович - кандидат педагогических наук, доцент,
директор института практической культурологии и арт-менеджмента,
Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств, г. Киев

Рассматривается вопрос феномена цифрового номадизма (цифрового кочевничества, digital nomad) или существование группы людей, которая ведет «мобильный образ жизни», постоянно меняя места жительства, а также используя цифровые телекоммуникационные технологии для выполнения своих профессиональных обязанностей и решение других вопросов становится в современном мире все более популярным и привлекает внимание не только практиков, но и теоретиков. Цифровое кочевничество – следствие и причина активных изменений материальной и духовной культуры человечества, формирование в ней новых типов идентичности (систем духовно нравственных ориентаций, стратегий понимания себя и мира, моделей общения).

Ключевые слова: мобильность, номадизм, цифровое общество, культурные практики, кочевничество.

DISCOURSES OF TOURIST MOBILITY IN THE CONTEXT OF SOCIO-CULTURAL PROCESSES

Dychkovskyy Stepan – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor Director
of the Institute of Practical Cultural Studies and Art.
Management the National Academy of Leadership in Culture and the Arts, Kyiv

The aim of this paper *article is to consider* the issues of the phenomenon of digital nomadism (digital nomadism, digital nomad) or the existence of a group of people who lead a «mobile lifestyle», constantly changing places of residence, as well as using digital telecommunications technology to perform their professional duties and address other issues in modern times. world is becoming increasingly popular and attracts the attention of not only practitioners but also theorists. Digital nomadism – a consequence and cause of active changes in the material and spiritual culture of mankind, the formation of new types of identity (systems of spiritual and moral orientations, strategies for understanding themselves and the world, models of communication).

Key words: mobility, nomadism, digital society, cultural practices.

UDC 316.733:379.851

DISCOURSES OF TOURIST MOBILITY IN THE CONTEXT OF SOCIO-CULTURAL PROCESSES

Dychkovskyy Stepan – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor Director
of the Institute of Practical Cultural Studies and Art.
Management the National Academy of Leadership in Culture and the Arts, Kyiv

The aim of this paper *article is to consider* the issues of the phenomenon of digital nomadism (digital nomadism, digital nomad) or the existence of a group of people who lead a «mobile lifestyle», constantly changing places of residence, as well as using digital telecommunications technology to perform their professional duties and address other issues in modern times. world is becoming increasingly popular and attracts the attention of not only practitioners but also theorists. Digital nomadism – a consequence and cause of active changes in the material and spiritual culture of mankind, the formation of new types of identity (systems of spiritual and moral orientations, strategies for understanding themselves and the world, models of communication).

Research methodology to analyze modern discourses of tourist mobility in the context of modern socio-cultural processes

Novelty. It has been proven for the first time that the modern nomad is also undergoing changes in subjectivity, identity and culture. As a final remark, the digital nomad is caused, at least, by various corporations that sell mobile technology and promote an extremely flexible mobile lifestyle. From this moment on, the ontogenesis of digital nomadism can be considered in two planes: 1) within the framework of scientific-humanitarian and journalistic discourse; 2) in the space of modern network information and communication society with its real virtuality and virtual reality.

The practical significance. We analyzed modern discourses of tourist mobility in the context of modern socio-cultural processes and proved that nomadism combines the autonomy of working at a distance and physical mobility in space, combining the «old and flexible style of work». Digital nomadism is not a procrastination of many technologies. Nomads «are determined not by what they carry, but by what they leave, knowing that the environment will provide it». Digital nomads became a new formation of remote workers, which was very different from the proto-nomadic downshifters. The meaning of their lives has been self-improvement and continuous improvement of the results of their work. The growing number of professionals who make travel their top priority testifies to the influence of «digital nomads» on the tourism industry.

Key words: mobility, nomadism, digital society, cultural practices.

Надійшла до редакції 1.10.2020 р