**Теоретические аспекты социологического анализа туризма как сферы реализации досуговых**

**ценностей**

**Туризм как специфический вид досуговой деятельности**

Процесс развития культуры раскрывается во взаимодействии человека с природой и в виде общественного производства. Одна из необходимостей этого взаимодействия – восстановление сил, здоровья, запаса энергии, расширения кругозора и познания мира. Этим процессам и целям отвечает туризм.

К исходу XX столетия туризм стал нормой жизни современного человека. В современном мире туризм является одним из эффективных средств удовлетворения досуговых потребностей населения, и в настоящее время приобретает массовый характер. Это произошло благодаря растущей взаимосвязи и взаимозависимости стран в результате открытости границ и увеличения масштабов международной торговли, охватывающей не только обмен товарами и капиталом, но и услугами.

Для рассмотрения туризма как вида досуговой деятельности необходимо провести уточнение таких понятий как «свободное время», «досуг», «рекреация» и «отдых». Определение смысловых границ данных понятий позволит на основании предлагаемых дефиниций более последовательно и конкретно рассмотреть и проанализировать процессы и явления, происходящие в сфере туризма в современных российских условиях. Важно уточнить содержательную сторону и те подходы, которые существуют к определению интересующих нас понятий.

Известно, что практически любой процесс, происходящий в окружающем нас мире, измеряется временем. «Время выражает длительность и последовательность всего сущего, оно непрерывно, вечно, присуще природе в целом, вместе с тем любая конкретная форма материи ограничена и преходяща во времени».[[1]](#footnote-1) Временем измеряются процессы деятельности отдельного человека и человеческого общества в целом. Время рассматривается, как природно-социальный ресурс деятельности людей, необходимый для удовлетворения их общественных и личных потребностей.

Согласно Р. Ланкуаре, время, которым располагает человек в течение своей жизни, можно классифицировать следующим образом.

* + - 1. Время социальное и время личное: социальное время – время, посвящаемое активной работе, общественной и семейной жизни; личное время – это время, посвящаемое заботе о физическом здоровье и культурном развитии.
			2. Время активной деятельности и время отдыха: первое время – это время, посвящаемое трудовой, общественной и домашней деятельности, а второе – это время, посвящаемое восстановлению сил.
			3. Время производственной деятельности и время, не связанное с получением прибыли.
			4. Время структурированное и время неструктурированное: время первое – это время по календарю и четко организованному расписанию, второе – это время не спланированное.[[2]](#footnote-2)

Если из общей совокупности календарного времени личности и общества - суток, недели, месяца, года - вычесть рабочее время, т. е. время, затрачиваемое на общественно-организованный труд, то остающийся массив времени получает название внерабочего времени личности и общества. Это время тратится следующим образом. Во-первых, на деятельность, сопутствующую трудовой занятости личности: передвижение до работы и обратно, подготовка кработе и приведение себя в порядок после нее и т.д. Во-вторых, на деятельность по удовлетворению непроизводственных потребностей, которые играют огромную роль в жизни, как человека, так и общества в целом. Именно эти виды деятельности составляют сферы свободного времени и досуга. Они обладают строго атрибутивной природой своего существования: вне этих сфер жизнеде­ятельности общественная жизнь невозможна, ибо именно в них про­исходит удовлетворение многих необходимых для жизни человека матери­альных и духовных потребностей.[[3]](#footnote-3)

Выражение «свободное время» впервые появилось лишь в начале XX века, когда начинает развиваться оригинальное научно-прикладное социолого-статистическое исследование бюджетов времени. Свободное время является одной из форм социального времени, или, иначе говоря, единицей социального времени. С ним связаны такие виды деятельности, как саморазвитие личности, овладение ею достижениями культуры и создание культурных ценностей.

В настоящее время еще не выработана единая концепция свободного времени. Обозначение содержательных и функциональных границ свободного времени в настоящее время вызывает трудность, в том числе из-за того, что исследованием данной проблемы занимаются специалисты разных отраслей знания. Экономисты рассматривают свободное время как часть внерабочего, связанного с воспроизводством рабочей силы, формированием нового типа работника.[[4]](#footnote-4) Философы и социологи также рассматривают свободное время как часть внерабочего времени, но полагают, что оно направлено на совершенствование человека как работника, на его всестороннее развитие.[[5]](#footnote-5)

До сих пор в отечественной и зарубежной литературе вопрос о границах свободного времени и досуга является дискуссионным. Одни исследователи считают понятие «досуг» синонимом слова «свободное время».[[6]](#footnote-6) Одной из причин такого совмещения понятий, является сужение сферы свободного времени, когда в рамки свободного времени не входит, время, связанное с работой (время на дорогу до работы и обратно) и для поддержания жизни человека (бытовое самообслуживание, питание, сон). Например, Б.А. Грушин полагает, что свободное время является только «частью внерабочего, которое остается у человека за вычетом разного рода непреложных затрат».[[7]](#footnote-7) Б.А. Трегубов, определяет свободное время как часть внерабочего времени, направленную на всестороннее и гармоничное развитие личности.[[8]](#footnote-8)

Другие выделяют досуг как часть свободного времени. Г.И. Минц утверждает, что к «досугу относятся только те часы, которые используются для отдыха и развлечений. Время, отдаваемое учебе, общественной работе, детям и разным творческим занятиям не относятся к досугу, но являются частью свободного времени».[[9]](#footnote-9)

Мы разделяем точку зрения А.И. Кравченко, автора социологиче­ского словаря, который разводит эти сферы времяпрепровождения по следующим со­держательным параметрам: «Досуг - та часть свободного времени (оно явля­ется частью внерабочего времени), которым человек располагает по своему усмотрению».[[10]](#footnote-10) Досуг входит как составная часть в категорию «свободное время», которое помимо досуга включает в себя время на домашний труд и самообслуживание, время на сон и еду, время на передвижение к месту работы и обратно, время, затрачиваемое на самообразование, воспитание, общественную деятельность. Этой же точки зрения придерживается и директор социологического центра по изучению досуга Ж. Дюмазедье. По его мнению, досуг можно рассмотреть как «совокупность занятий, которым личность может предаваться по доброй воле, чтобы отдыхать, развлекаться, развивать свою информированность или образование, …будучи свободным, от выполнения профессиональных, семейных и гражданских обязанностей».[[11]](#footnote-11)

Для разведения понятий «досуг» и «свободное время» необходимо определить не только содержательное наполнение, но и функциональную нагрузку человеческой деятельности. Функциональная значимость досуговой деятельности выражается, прежде всего, в ее эффекте, который может предстать как в материально-предметной, так в ориентационной и коммуникативной формах. Главным качеством, характеризующим эффективность досуга, является уровень самосознания и степень самореализации индивида. Эффект представляет собой не только качественную, но и количественную характеристику поведения индивида. Он обозначает эмоциональную, познавательную и теоретическую насыщенность деятельности.

Важно отметить следующее, несмотря на то, что у Ж. Дюмазедье «досуг четко разграничивается с такими видами деятельности, как религиозные, общественные, семейные и другие обязанности»,[[12]](#footnote-12) среди функций, выполняемых досугом, он наряду с отдыхом и развлечением выделяет функцию развития личности. Этот момент является важным, поскольку свидетельствует о том, что досуг не ассоциируется с бесполезным проведением времени, исключительно с «ничегонеделанием».

М. Каплан, определяя сущность досуга, говорит и о его «приобщении к ценностям культуры».[[13]](#footnote-13) Эта точка зрения подтверждается и позицией А. Шопенгауэра, который называл досуг венцом человеческого существования, так как только он делает человека полным обладателем своего «я».[[14]](#footnote-14)

Досуг - это деятельность ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору, а не по причине материальной необходимости. Досуг - это деятельность, которой люди занимаются просто потому, что она им нравится. Вместе с тем учеными не отрицается, что все же основное предназначение досуга - рекреация. Именно необходимость в восстановлении физических и морально-психологических сил определяет потребность в досуге. Немецкий ученый Г. Клут считает: «Свободное время начинается там, где открывается возможность создать противоположный работе мир, с его собственными ценностями и притязаниями, такой мир, в котором активность человека направлена на отдых, на смягчение напряжения, на самого себя».[[15]](#footnote-15)

Из сказанного выше следует, что свободное время и досуг играют очень значимую роль в жизнедеятельности, как отдельных людей, так и общества в целом.

Итак, существуют разнообразные представления о категориях «свободного времени» и «досуга». В нашей работе, разграничивая эти понятия, мы будем исходить из следующего понимания досуга и свободного времени. Под свободным временем следует понимать массив времени, который остается у человека за вычетом рабочего времени и расходуется как на осуществление непреложных затрат (обязательной работы, настоятельных семейных и общественных обязанностей, бытовых забот, а также от необходимой физиологической жизнедеятельности) так и на отдых, восстановление сил, физическое и духовное развитие личности. Досуг, по нашему мнению, часть свободного времени, содержание которого наполнено деятельностью ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования, развития или достижения иных целей по собственному выбору, отдых или восстановление сил. Это время свободное «для», а не свободное «от».

В настоящее время необходимым условием нормальной человеческой жизни, средством компенсации напряжения, восстановления работоспособности, всестороннего развития духовного мира человека, а также условием продолжения самого производства, наряду с досугом, является такой избирательный вид деятельности как рекреация.

В отечественной и зарубежной литературе до сих пор нет единого подхода к определению понятия «рекреация», так как феномен рекреации не стал еще предметом систематического изучения и его границы весьма размыты. В связи с этим, возникает большая трудность в определении круга понятий, связанных с рекреационной деятельностью. Это объясняется рядом причин. Во-первых, не существует единого международного терминологического стандарта по данной тематике. В разных странах преобладают различные официальные трактовки понятий и терминов, связанных с рекреацией. Во-вторых, в нашей стране не существует единой законодательной базы, в которой был бы точно определен круг основных понятий, связанных с рекреацией. В данных условиях наблюдается полный плюрализм мнений. В-третьих, в силу различных причин такие понятия как рекреация, туризм, отдых, экскурсия, свободное и рекреационное время, досуг и другие в реальных условиях зачастую не так-то просто различимы.

Помимо этих причин сложность в определении основных понятий, связанных с явлением рекреации, обусловлена тем, что исследованием данного явления занимаются специалисты различных отраслей знания – географы, биологи, психологи, экологи, медики, социологи, экономисты. Так, социальная география изучает рекреацию как специфическую функцию определенной социально-территориальной общности, как проявление географического фактора в социальной организации территории. Экономистов интересует рекреация как область хозяйственной деятельности, как отрасль экономики, охватываемая сферой социальных услуг. Социальная психология видит в рекреации, прежде всего, действие определенных психологических механизмов человеческого поведения, мотивацию отдыха. Своеобразное представление о рекреации имеют специалисты по социальной медицине, социологии досуга и др. [[16]](#footnote-16)

Для того чтобы дать наиболее точное определение понятия рекреации рассмотрим историю ее изучения и возникшие подходы к его определению. Термин «рекреация» в переводе с польского языка означает (rekreacja) отдых, с латыни (recreation) восстановление.

В научной литературе термин рекреация появился в США в конце 90-х годов XIX века, когда был введен нормированный рабочий день, второй выходной день, летний отпуск. В толковом словаре В. Даля понятие данного термина означает «отдых от службы, учения, праздники, каникулы».[[17]](#footnote-17)

Аналогичное определение понятия рекреации мы встречаем в Российском энциклопедическом словаре. Здесь термин «рекреация» включает: «1) праздники, каникулы, перемену в школе (устаревшее); 2) помещение для отдыха в учебных заведениях; 3) отдых, восстановление сил человека, израсходованных в процессе труда».[[18]](#footnote-18)

В современной литературе, изданной в последние годы, наблюдается переход к новому видению рекреации. В частности, В.А. Квартальнов в одной из своих последних работ дает следующие определение данного понятия. «Рекреация – это расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека; любая игра, развлечение и т.п., используемые для восстановления физических и умственных сил; наиболее быстро развивающийся сегмент индустрии досуга, связанный с участием населения в активном отдыхе на открытом воздухе, приходящийся преимущественно на уик-энд; перестройка организма и человеческих популяций, обеспечивающая возможность активной деятельности при различных условиях, характере и изменениях окружающей среды; цивилизованный отдых, обеспечиваемый различными видами профилактики заболеваний в стационарных условиях, экскурсионно-туристскими мероприятиями, а также в процессе занятий физическими упражнениями». [[19]](#footnote-19)

Следовательно, рекреация понимается и как восстановление жизненных сил личности, и как оздоровление, и как пространство, где осуществляются эти виды деятельности.

Некоторые исследователи под атрибутами рекреации понимают время и деятельность.[[20]](#footnote-20) Как отмечает И.В. Зорин, рекреация характеризуется как функция всякой деятельности, всякого времени, всякой территории. В этом случае в понятие рекреации он включают разнообразную деятельность людей, ориентированную на восстановление собственных сил в соответствии с личными социокультурными потребностями, осуществляемую на специализированных территориях. Рекреационная деятельность рассматривается как активность в то время, когда происходит восстановление (физических, психических, интеллектуальных) сил человека. В зависимости от выполняемых функций в процессе воспроизводства жизненных сил человека рекреацию можно подразделить на простую (компенсация) и расширенную (развитие сил). В реальной жизни, как замечает исследователь, можно выделить четыре вида рекреационного времени.

1. Инклюзивное – в течение рабочего дня (прикрытие век, микропаузы в работе мышц – психосоматическое расслабление). Это время простого комплексного восстановления сил.
2. Ежедневное – в конце рабочего дня. Компенсаторно-расширенное восстановление сил.
3. Еженедельное (уик-энд) – в конце рабочей недели. Расширенно-компенсаторное восстановление сил.
4. Отпускное – в конце рабочего года. Расширенное восстановление.[[21]](#footnote-21)

Как мы видим, функции этих четырех форм воспроизводства жизненных сил человека различны. Только в своей взаимосвязи они образуют единое целое рекреационной деятельности.

Необходимо отметить, что выделяют разнообразные критерии классификации рекреационной деятельности. Д.В. Николаенко разделяет рекреационную деятельность по следующим параметрам:

- по продолжительности (кратковременные и длительные виды рекреации);

- по месту проведения (рекреация может осуществляться на внутренней территории страны и за рубежом).[[22]](#footnote-22)

Для восстановления физических и психологических сил человека необходима особая социокультурная инфраструктура в сочетании с особыми природно-климатическими особенностями территорий. Совокупность природных и социокультурных предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории получило название рекреационный потенциал. В обыденном понимании это – наличие на определенной территории уникальных объектов или ресурсов, например: соли и минералы мертвого моря, грязи, нарзаны, водопады, голубые озера и т.д.

Сейчас наиболее уместным будет дать определение понятию «рекреация», которое широко применялось в литературе, изданной 15-20 лет назад. Авторами этого определения являются ученые Московского государственного университета Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебов (1981). Согласно их точке зрения, рекреация есть совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе использования свободного времени для оздоровительной, познавательной, спортивной и культурно-развлекательной деятельности людей на специализированных территориях, находящихся вне населенного пункта, являющегося местом их постоянного проживания.[[23]](#footnote-23)

Таким образом, из вышесказанного можно выделить объект и субъект рекреации. Совокупность природно-климатических и социокультурных условий для рекреационной деятельности человека определяют объект рекреации, а рекреанты (люди), ведущие рекреационную деятельность – субъект рекреации.

Рекреация, являясь частью досугового времени, зачастую, отождествляется с понятием «отдых». По мнению Т.В. Николаенко, отдых (рекреация) – любая деятельность или бездеятельность, направленная на восстановление сил человека, которая может осуществляться как на территории постоянного проживания человека, так и за ее пределами.[[24]](#footnote-24)

В литературе существует также «расширительная» трактовка понятия «отдых». Некоторые исследователи полагают, что отдых может включать в себя различные виды деятельности:[[25]](#footnote-25)

1. деятельность, связанная с определенной физической нагрузкой (занятия физической культурой, прогулки, туризм и альпинизм);
2. любительские занятия – охота, рыбная ловля, сбор грибов и ягод и др.;
3. приобщение к миру искусства, а также творчество в сфере искусства;
4. интеллектуальная деятельность (чтение, самообразование);
5. общение по интересу и свободному выбору;
6. развлечения, носящие либо активный, либо пассивный характер (игры, танцы, зрелища);
7. путешествия и экскурсии ради удовольствия.

По нашему мнению, следует различать понятия досуга, отдыха и рекреации. В советской литературе основное отличие отдыха от рекреации усматривается в следующем. Рекреация – это часть досугового времени, связанная с восстановлением сил человека на специализированных территориях, в основном, за пределами основного места его проживания. Чтобы отдых стал рекреацией, нужно покинуть пределы своего непосредственного места проживания и переместиться в некое специализированное место, ориентированное именно на восстановление сил.

Исследователи Кусков А.С., Голубева В.Л. и Одинцова Т.Н., рассматривают «отдых» как «процесс восстановления работоспособности после ее временного снижения в результате нарастания утомления под воздействием оперативных нагрузок. Это любая человеческая деятельность, которая не направлена на удовлетворение физиологических потребностей (путешествия, хобби, собирательство, рыбная ловля, охота и т.д.). Отдых может быть представлен различными видами: сон, развлечения, экскурсии. Рекреация – процесс восстановления работоспособности после ее значительного и длительного снижения в результате суммации воздействия нагрузок на фоне хронического недовосстановления».[[26]](#footnote-26)

Как отмечает Орлов А.С. «Отдых – вполне самостоятельная сфера человеческого бытия».[[27]](#footnote-27) Обычно отдых представляет собой фазу, заключающую трудовую деятельность. В обыденном смысле понятие «отдых» применяется в двух значениях: как состояние покоя (процесс отдыха) и как свободное от работы время необходимое для восстановления сил.

Таким образом, основное отличие «отдыха» от «рекреации», заключается в том, что рекреация – часть досугового времени, направленная на восстановление сил человека на специализированных территориях, за пределами постоянного места жительства, обеспеченных стационарными условиями для профилактики заболеваний и экскурсионно-туристскими мероприятиями. Иными словами, рекреационное время – это часть досугового времени, используемого для рекреационной деятельности, удовлетворения рекреационных потребностей. Отдых - это любая человеческая деятельность, которая является разновидностью досуговой деятельности, она не направлена на удовлетворение насущных нужд, физиологических потребностей: путешествия, хобби, собирательство, рыбная ловля, охота и рассматривается как средство естественного регулирования работоспособности.

Одним из эффективных средств удовлетворения досуговых потребностей наряду с рекреацией и отдыхом является туризм.

Туризм долгое время не имел однозначного определения и по-разному трактовался не только отдельными специалистами, но и организациями. Вместе с тем современный туризм – весьма сложное и многогранное явление, поэтому изучение феномена туризма требует обращение к психологии, антропологии, социологии, экономики, географии, информатике, праву.

Психология помогает тщательно изучать модели поведения человека в различных ситуациях, мотивацию принятия решений, выбор предпочтений в видах отдыха, направление путешествия, выбор партнеров и туристской фирмы. Без изучения и понимания мотивации желаний клиента невозможно правильно построить тур и предложить его на рынке потребителю, а главное, удовлетворить желания клиента, обеспечив ему положительную гамму туристских впечатлений и эмоций.

Социальная антропология изучает культуру и влияние человека на окружающую среду. Исследуются важные предпосылки, на основе которых возникают мотивация путешествий, социальные, культурные и экономические условия, обусловливающие необходимость путешествий, воздействие туристов на окружающую среду, взаимодействие с местным населением в различных ситуациях, влияние туризма на местную культуру и развитие межнациональных контактов. Можно сказать, что исследования антропологов в некоторой степени способствуют определению предельных нагрузок на туристские объекты и центры, позволяют правильно распределять и направлять туристские потоки.

Туризм как социальный феномен является предметом социологии, которая исследует социальные условия, способствующие перемещению человека и выбора им образа отдыха, направления путешествия, поведение и мотивации людей в различных аспектах: в зависимости от возраста, национальности, социального положения, образования, места проживания, культурных устоев.

Наряду с социальными характеристиками, в туризме можно выделить и экономические аспекты. Это многогранная именно экономическая деятельность, как организаторов туризма, так и собственно его потребителей – туристов. Каждый туристский регион, каждая страна, каждый город и местность стремятся рационально использовать имеющиеся туристские ресурсы для получения экономических выгод и доходов. Для привлечения туристов даже на исключительно интересные объекты и события необходима туристская индустрия и инфраструктура, способная предоставить туристу необходимый и понятный ему уровень и стандарт обслуживания, обеспечить безопасность самому туристу и его имуществу, гармоничное удовлетворение туристского интереса и потребностей.

Чтобы реализовать идею привлечения туристских потоков нужно многоаспектно и тщательно изучить и оценить туристские ресурсы, особенности и потенциал туристской индустрии, демографические характеристики групп населения, потенциальные возможности востребованности этих ресурсов. На основании этого можно прогнозировать туристские потоки и обеспечить их эффективное регулирование. При изучении туристского потенциала ресурсов территорий используется оценка географических и иных попутных факторов. Природно-климатические, демографические сведения, экономическая ситуация региона, тенденции и прогнозы их изменения необходимы для научно-обоснованного планирования развития объектов и туристской индустрии, планирования туристских потоков, а также занятости населения и доходов от туризма.

Туризм, как и любая другая отрасль хозяйства, нуждается в информационной поддержке. Сегодня важную роль играют различные автоматизированные информационные системы бронирования туристских услуг, информационные банки данных туристских ресурсов, туристского продукта на самых различных носителях (в виде книг, справочников, каталогов, проспектов, путеводителей). Исторически так сложилось, что государство регулировало путешествия и туристические услуги. Интенсивное развитие международного туризма вызвало необходимость установления норм регулирования туристской деятельности. В результате во второй половине XX в. с развитием массового туризма сформировалась особая отрасль – туристское право.

Для рационализации туристской деятельности возникла необходимость в точном определении понятий и терминов, которые были бы приняты всеми членами туристского сообщества. С этой целью такие организации как Лига Наций, Организация Объединенных Наций, Всемирная туристская организация, Организация экономического сотрудничества и развития занимаются изучением проблем развития туризма. На конференциях, ассамблеях они стараются выработать наиболее адекватные подходы к пониманию современного туризма.

Как полагают отечественные исследователи, слово «туризм» происходит от латинского слова tornus (движение по кругу; вертеть, вращать). В широком смысле оно означает передвижение с одновременной сменой быта людей.[[28]](#footnote-28) Наиболее выразительно понятие туризм было употреблено французом В. Жекмо в 1830 г. Слово tour в переводе означало путешествие с возращением обратно к месту выезда. Позже профессорами Бернского университета было дано наиболее точное определение туризма, которое включало ряд явлений и взаимоотношений, возникающих как результат путешествия людей до тех пор, пока это не приводит к постоянному пребыванию и не связано с получением какой-либо выгоды.

Во второй половине XIX в. это слово вошло в языки многих народов мира. Необходимо отметить, что в русском языке этот термин появился несколько позднее. Так, в энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона (1902 г.) еще нет статьи «туризм», а термин употребляется лишь в статье об истории путешествий на велосипедах.

Первая половина XX в. характеризуется повсеместным увеличением туристских потоков, растущим экономическим значением туризма и, как следствие, попытками статистического учета путешествующих лиц. Возникла необходимость немного иного определения данного понятия. Под туризмом в статистике стали понимать одну из форм миграции населения, не связанную с переменой местожительства или работы.

В 1980 г. Манильская декларация по мировому туризму провозгласила: «Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международные отношения».[[29]](#footnote-29)

Слово «tour» в международном туризме стало подразумевать туристское путешествие с такими заранее спланированными параметрами, как маршрут, сроки, набор услуг. Туризм можно представить как массовый род путешествий с четко определенными целями, совершаемых собственно туристами. Он включает в себя как деятельность самого туриста, так и деятельность по организации и осуществлению (сопровождению) таких путешествий. Такая деятельность осуществляется различными предприятиями индустрии туризма и смежных отраслей.

По мнению Л.П. Воронковой «туризм представлял собой частный случай путешествия с четко определенными целями и сочетался с познавательной деятельностью по организации и осуществлению таких путешествий». [[30]](#footnote-30)

В современном значении туризм – это деятельность, связанная с массовым туристским движением, осуществляемая с использованием природно-климатических и историко-культурных туристских ресурсов, материально-технической базы туризма и других важных факторов, которые определяют уровень и качество обслуживания. По определению Всемирной туристской организации «туризм – это деятельность людей, путешествующих и останавливающихся в местах вне их обычного окружения на период не более последовательного года для досуга, бизнеса или с другими целями, не сопряженными с деятельностью, подлежащей вознаграждению в месте пребывания».[[31]](#footnote-31)

Некоторые исследователи при определении туризма исходят из его сопоставления с рекреацией. На основании того, что туризм сочетает различные виды рекреационной деятельности – оздоровление, отдых, восстановление производительных сил человека, Л.А. Акимовой было дано следующее определение туризма. «Туризм – это разновидность рекреации, один из видов активного отдыха, в процессе которого восстановление работоспособности сочетается с познавательной деятельностью».[[32]](#footnote-32)

В. А. Квартальнов, говоря о туризме, подразумевает людей, которые посещают друзей, родственников, отдыхают на каникулах. Во время досуга они могут заниматься различными видами спорта, принимать солнечные ванны, кататься на лошадях, могут ходить в походы, читать, разговаривать и, наконец, просто наслаждаться окружающим миром. При этом определении к туристам можно отнести и людей, которые принимают участие в различных видах деловой и профессиональной деятельности, ездят в обучающие туры и занимаются исследованиями.[[33]](#footnote-33) Такой образ жизнедеятельности личности может характеризовать не только туризм, но и неразрывно связанное с ним понятие «путешествие». Большинство ученых полагают, что эти понятия неразрывно связаны межу собой, оба описывают определенный образ жизнедеятельности человека. При этом большинство современных ученых сходятся к тому, что туризм является частным случаем путешествий. Отличия в толковании понятий усматриваются в разных целях, признаках и различном материальном положении, описываемых этими понятиями видов деятельности. В классической теории туризма признается шесть общих целей, по которым туризм отграничивается от путешествий вообще: оздоровительные (восстановление духовных и физических сил человека, а также и лечение); познавательные(совершенствование и углубление знаний о природе естественных явлениях, истории и настоящем человечества, культуре других стран и народов); спортивные (подготовка и участие в соревнованиях и играх на профессиональном и любительском уровнях, сопровождение спортсменов, а также участие в качестве зрителей); профессионально-деловые (бизнес-поездки, участие в конгрессах, конференциях, семинарах, обмен опытом, профессиональное бучение); религиозные (паломнические и культовые, культурно-исторические по изучению религии); гостевые и ностальгические (посещение родственников, мест исторического проживания). [[34]](#footnote-34)

Отечественный ученый М. В. Биржаков по этому вопросу пишет, что «значительная часть путешествий служит определенным, далеко не частным целям (торговля, наука, открывательство земель, реклама продукции и др.) и щедро финансируется третьими, так или иначе, заинтересованными лицами, организациями, государственными или частными фондами».[[35]](#footnote-35)

Согласно мнению Кускова А.С., Голубевой В.Л., Одинцовой Т.Н., туризм от путешествия отличается по следующим признакам: «временное перемещение и посещение дестинации (другая местность, страна, отличная от места постоянного проживания человека); и непременное возвращение обратно; цели туризма, отличающиеся сугубо гуманистическим содержанием и направленностью; совершение туристского путешествия в свободное от работы или учебы время; запрещение туристу заниматься в дестинации деятельностью, оплачиваемой из местного финансового источника».[[36]](#footnote-36)

Следовательно, «путешествие» обладает большей общностью понятийного смысла, оно описывает разнообразные перемещения людей в пространстве и во времени и, следовательно, может рассматриваться как более широкое понятие, чем «туризм».

Таким образом, туризм является разновидностью путешествий. Он охватывает круг лиц, путешествующих и пребывающих в местах, находящихся за пределами их постоянного проживания, с оздоровительными, познавательными, деловыми или иными целями. Хотя в процессе развития туризма появились различные толкования этого понятия, особую значимость при определении этого явления имеют следующие критерии, которые положены в основу определения туризма и являются базовыми.[[37]](#footnote-37)

1. Изменение места.В данном случае речь идет о поездке, которая осуществляется в место, находящееся за пределами обычной среды. Однако нельзя считать туристами лиц, ежедневно совершающих поездки между домом и местом работы или учебы, так как эти поездки не выходят за пределы их обычной среды. Суть этого критерия состоит в том, что место пребывания не должно быть местом постоянного или длительного проживания. Важным условием является и то, что путешественники не должны находиться в посещаемом ими месте 12 месяцев подряд и более. Лицо, которое находится или планирует находиться один год или более в определенном месте, с точки зрения туризма считается постоянным жителем и поэтому не может называться туристом.
2. Оплата труда из финансового источника в посещаемом месте. Это значит, что главной целью поездки не должно быть осуществление деятельности, финансируемое в посещаемом месте. Любое лицо, въезжающее в какую-нибудь страну для работы, считается мигрантом, а не туристом этой страны. Это относится не только к международному туризму, но и к туризму в пределах одной страны. Кроме того, каждый человек, путешествующий в другое место в пределах одной страны (или в другую страну) для осуществления оплачиваемой деятельности, не считается туристом.

Таким образом, проанализировав понятия «свободное время», «досуг», «рекреация», «отдых» и рассмотрев различные подходы к понятию «туризм», можно вывести его следующее определение. Туризм - это специфический вид досуговой деятельности, который представляет собой временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны с целью получения удовольствия, познания, отдыха, оздоровления, лечения, посещения гостей, но без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания. По нашему мнению туризм, в некоторой степени взаимодействует с рекреацией, так как для него также характерно восстановление работоспособности в сочетании с познавательной деятельностью.

**1.2. Досуговые ценности в сфере туризма: операционализация понятия**

Туризм представляет собой один из видов досуговой жизнедеятельности, в процессе которой восстановление работоспособности сочетается с культурно-познавательной, духовно-нравственной, развлекательной деятельностью. По мнению С. Е. Щеглова, туризм по своей природе социален, так как это деятельность людей в рамках развитого цивилизационного человеческого общества.[[38]](#footnote-38) Туризм в современных условиях является неотъемлемой частью жизни человека и одним из эффективных средств реализации социокультурных ценностей в сфере досуга. Аксиологический анализ туризма может дать многое для изучения его современного состояния, поскольку ценности входят в число основных компонентов мотивации человеческой деятельности, во многом детерминируют специфику восприятия индивидом окружающей действительности и особенности его поведения.

 Основы аксиологического подхода в социологии заложены в трудах М. Вебера и Т. Парсонса. Труды этих классиков социологии дают возможность четко выделить два уровня анализа функционирования ценности в обществе: микроуровень (уровень личности и межличностного взаимодействия) и макроуровень (уровень общества). Т. Парсонс в масштабах общества в целом рассматривает ценности как высшие принципы организации социальных систем, выполняющие функции интеграции и поддержания социального порядка. Ценности так направляют активность индивидов, чтобы она не угрожала стабильности социальной системы. Они являются своего рода средством контроля над индивидами. М. Вебер, изучая феномен ценности в рамках концепции социального действия, применяет микроуровень анализа функционирования ценности в социуме. Ценности, наряду с целями, аффектами и традициями, выделяются им как основные мотивы человеческой деятельности.

 Ракурс подхода к анализу ценностей, предложенный М. Вебером, обладает несомненной эвристической ценностью для аксиологического анализа современного туризма. Он позволяет рассмотреть туризм как сферу социальной деятельности, в которой происходит реализация жизненных ценностей личности. Понятие ценности является одним из важнейших понятий, позволяющих не только объяснить человеческие действия, но и понять его внутренний мир, приблизиться к разгадке индивидуального и коллективного целеполагания.

 Сложность определения сущности феномена «ценность» связана с его многозначностью, с его объективными особенностями. В литературе насчитывается более ста дефиниций этого понятия, в которых предлагаются к рассмотрению разнообразные подходы и стороны проблемы ценностей. Можно выделить три основные формы существования ценностей, переходящих одна в другую.[[39]](#footnote-39)

 1) Общественные идеалы - выработанных общественным сознанием и присутствующих в нем обобщенных представлениях о совершенстве в различных сферах общественной жизни.

 2) Предметное воплощение этих идеалов в деяниях или произведениях конкретных людей.

 3) Мотивационные структуры личности, побуждающие ее к предметному воплощению в своей деятельности общественных ценностных идеалов. Эти три формы существования переходят одна в другую.

 Ценностные ориентации отражают реальное состояние общественного устройства, материальное благосостояние различных социальных групп, их психологические потребности и отличаются большим своеобразием и многосторонностью. Имеется несколько оснований для типологии ценностей. Поскольку ценности влияют на поведение людей во всех сферах их жизнедеятельности, то простейшим основанием для их типологии является их конкретное предметное содержание. По этому основанию различают ценности социальные, экономические, политические, духовные и т.д.

 Для поведения индивида наиболее фундаментальным основанием типологии является различение терминальных и инструментальных ценностей. Терминальные ценности (дальние, целевые) обобщенно выражают важнейшие цели, идеалы, самоценные смыслы жизни людей (ценность человеческой жизни, семьи, межличных отношений, свободы, труда и др.). В инструментальных ценностях запечатлены нормы, средства, качества людей, позволяющие им достигать те или иные цели (независимость, инициативность, авторитетность и пр.). Терминальные ценности наиболее устойчивы и имеют более высокий статус по сравнению с инструментальными ценностями.

 Другим социокультурным основанием для типологии ценностей на уровне индивида может служить их отнесение к соответствующим группам потребностей индивидов. Витальные – относятся к простейшим или первичным потребностям, значимым для сохранения и продолжения жизни (благополучие, комфорт, безопасность). Интеракционистские соответствуют более сложным потребностям в общении, взаимодействии с другими людьми. Социализационные базируются на более сложных потребностях в усвоении ценностей, норм, образцов поведения, одобряемых в данном обществе. Смысложизненные соответствуют высшим по сложности и функциям потребностям в наполнении своей деятельности общим смыслом, значимым для всей жизни.

Для аксиологического анализа сферы туризма необходимо обратиться к социокультурному и субъектно-деятельностному подходам. По мнению Н.И. Лапина социокультурный подход предполагает «понимание общества как единства культуры и социальности, образуемых и преобразуемых деятельностью человека».[[40]](#footnote-40) Основы этого подхода разработаны П. Сорокиным. Он проанализировал «родовую структуру» социокультурных явлений, в основе которых лежит единство личности как субъекта взаимодействия; общества как совокупности взаимодействующих индивидов с их социокультурными отношениями и процессами; культуры как системы значений, ценностей и норм, которыми владеют взаимодействующие лица.[[41]](#footnote-41) П. Сорокин понимает под культурой совокупность способов и результатов деятельности человека (материальных и духовных: идеи, ценности, нормы, образцы и др.), а под социальностью – совокупность отношений каждого человека или иного социального субъекта с другими субъектами – экономических, социальных, идеологических, политических отношений, формируемых в процессах деятельности.[[42]](#footnote-42) По мнению Н.Г. Денисова социокультурная реальность – это реальность, рождаемая взаимосвязью социального (субъективная сторона) и культурного (указывает на качество и сферу его активности), опосредованная деятельностью различных субъектов (отдельных личностей, социальных групп или общностей, регионов, общества и человечества в целом).[[43]](#footnote-43)

Соглашаясь с мнением В.И. Курбатова и О.В. Курбатовой отметим, что осуществление туристической деятельности предполагает наличие определенной социокультурной среды, включающей предметно-пространственное окружение человека (архитектура, памятники истории и культуры, производственные, бытовые и общественные интересы), информационную (художественная, правовая, политическая, эстетическая, этическая информация) и ценностно-ориентационную составляющую (смысловая и ценностная нагрузка элементов среды).[[44]](#footnote-44)

Кроме того, туризм можно рассматривать как определенный вид деятельности, включающий в себя цель, средство, результат и сам процесс деятельности. Поэтому для характеристики туризма уместно будет помимо социокультурного подхода использовать и субъектно-деятельностный подход. Последний предполагает выявление специфики туристской деятельности и ее мотивационной составляющей. Суть этого подхода состоит в понимании деятельности как специфически человеческого способа отношения к миру, в котором человек выступает как субъект деятельности, а осваиваемые им явления мира – как ее объекты. Если основанием деятельности является сознательно формулируемая цель, то основание самой деятельности лежит в сфере мотивов и ценностей соответствующей культуры.

Социальная деятельность в теоретической социологии рассматривается как способ существования и развития самого человека, форма его взаимодействия с природой и общественной средой. Деятельностный подход в социологии основан на изучении структуры и функций социальной субъективности в данном конкретном обществе. В наиболее развернутой форме он представлен в теориях социального действия (М. Вебер и др.), где рассматривается соотношение рациональных компонентов целеполагающей деятельности с ценностными установками и ориентациями.

Субъектно-деятельностный подход в сфере туристской жизнедеятельности предполагает анализ любого социального субъекта с позиций его мотивации и самореализации. Для выявления особенностей социальной субъективности в сфере туризма необходимо определить место туристской деятельности среди других видов деятельности. Существует множество оснований классификации деятельности. В социологии наиболее распространена классификация по сферам общественной жизни. Как мы уже отмечали, туризм является одной из сфер жизнедеятельности личности и предполагает организованную деятельность, направленную на восстановление жизненных сил и освоение накопленных ценностей культуры. Помимо принадлежности к сферам общественной жизни, деятельность классифицируют по способам взаимодействия ее структурных компонентов. В связи с этим выделим следующие виды деятельности:

* по уровню общности субъекта (индивидуальная, групповая, деятельность всего общества);
* по характеру объекта (природная, социальная (направленная на самого субъекта или на другого));
* по результату (преобразовательная, познавательная, ценностно-ориентационная);
* по средствам (практическая, духовная).[[45]](#footnote-45)

Исходя из этой классификации, туризм можно обозначить как интегрированный вид деятельности. Она включает в себя активность субъектов разного уровня и может быть нацелена на достижение различных результатов. Туризм – это деятельность комплексного характера, совмещающая отдых с познанием истории, ценностей культуры, обучением, поддержанием здоровья, дающая возможность для решения деловых проблем, занятия любимым делом, предполагающая самовыражение и самоутверждение личности. Таким образом, туризм - это деятельность, направленная на удовлетворение социокультурных потребностей личности в сфере досуга.

 Исследование мотивационной составляющей деятельности предполагает анализ ценностных ориентаций личности. Ценностные ориентации - это сложный феномен, являясь нераздельной частью системы отношений личности, они определяют поступки и поведение человека. А.Г. Здравомыслов определяет ценностные ориентации личности как ось сознания, «обеспечивающую устойчивость личности, выраженную в направленности потребностей и интересов. В силу этого ценностные ориентации выступают важнейшим фактором, регулирующим, детерминирующим мотивацию личности».[[46]](#footnote-46) Взаимосвязь потребностей и ценностей проявляется в том, что потребности человека зависят не только от особенностей его организма, но и обусловлены процессом его воспитания в широком смысле слова, то есть приобщения к миру человеческой культуры. Ценностное отношение личности к действительности является высшим уровнем в иерархии человеческих побуждений, потребностей и интересов.

 Признавая рядоположенность потребностей и личностных ценностей и их сходство, следует проводить между ними различия.[[47]](#footnote-47)

Потребности, представляя собой форму непосредственных жизненных отношений субъекта с миром, отражают динамику актуальных требований ситуации взаимодействия с миром. Личностные ценности представляют собой устоявшиеся отношения с миром, обобщенные и переработанные совокупным опытом социальной группы. Ассимилируясь в структуру личности, в дальнейшем своем функционировании они практически не зависят от ситуативных факторов.

 Итак, ценности, являясь продуктом жизнедеятельности общества и социальных групп, занимают особое место в структуре личности каждого конкретного субъекта. Обладая относительной автономностью от потребностей, они являются источниками смыслообразования, формулируются как идеалы, модели должного, задающие спектр желательных преобразований действительности.

 Потребность является наиболее важным компонентом мотивации. Она является энергетическим источником, движущей силой процесса трансформации внешнего мира. Потребности – очень подвижные, меняющиеся в пространстве и времени явления, в их дифференциации отражаются важнейшие черты жизнедеятельности индивидов.[[48]](#footnote-48) Существует много определений данного понятия. Наиболее часто потребность отождествляется с нуждой, недостатком, надобностью в тех или иных предметах и условиях.[[49]](#footnote-49) Потребность – это основные нужды в чем-либо необходимом для поддержания человеческой жизни. Потребность представляет собой совокупность факторов, определяющих поведение. По мнению К. Маркса и Ф. Энгельса, «никто не может сделать что-нибудь, не делая этого вместе с тем ради какой-либо из своих потребностей и ради органа этой потребности».[[50]](#footnote-50) Он рассматривает потребность как внутреннюю, движущую силу человеческой активности.

Следовательно, потребность – это состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых для его существования и развития, и выступающее источником его активности.

Человек, живет и действует, побуждаемый множеством потребностей.

А. Маслоу, один из ведущих психологов США разработал «иерархию» потребностей человека. Она состоит из следующих ступеней:[[51]](#footnote-51)

1. Физиологические потребности – это низшие, управляемые органами тела потребности - дыхательная, пищевая, сексуальная, потребность в самозащите.

2. Потребность в надежности и безопасности – стремление к материальной надежности, здоровью, обеспечению по старости.

3. Потребность в принадлежности и любви – состоит в необходимости принадлежать к общности, находиться рядом с людьми, быть признанным и принятым ими.

4. Потребность в уважении, осознании собственного достоинства – здесь речь идет об уважении, престиже, социальном успехе.

5. Познавательные потребности – заключаются в необходимости получения знаний и умений в результате понимания и исследования.

6. Эстетические потребности представляют собой нужду личности в гармонии симметрии порядке, красоте.

7. Потребности в самоактуализации, реализации своих целей, способностей, развитие собственной личности.

По мнению автора, в основании данной мотивационной «иерархии» лежат физиологические потребности, а высшие потребности, такие как эстетические потребности и потребность в самоактуализации, образуют ее вершину. На основании этого он выявил следующие принципы мотивации человека.

«1) чем выше уровень мотива, тем менее жизненно необходимыми являются соответствующие потребности, тем дольше можно задержать их реализацию;

2) пока не удовлетворены низшие потребности, высшие остаются сравнительно неинтересными. С момента удовлетворения низших потребности перестают быть потребностями, т.е. они теряют мотивационную силу;

3) с повышением потребностей повышается готовность к большей активности. Таким образом, возможность к удовлетворению высших потребностей является большим стимулом активности, чем удовлетворение низших.

А. Маслоу отмечает, что нехватка благ, блокада базовых и физиологических потребностей в еде, отдыхе, безопасности приводит к тому, что эти потребности могут стать для обычного человека ведущими. Но если базовые, первичные потребности удовлетворены, то у человека могут появиться высшие потребности, метамотивации (потребности к развитию, к пониманию своей жизни, к поиску смысла своей жизни)».[[52]](#footnote-52)

Поскольку процесс удовлетворения потребностей выступает как целенаправленная деятельность, потребность является источником активности личности. Осознавая цель субъективно как потребность, человек убеждается, что удовлетворение последней возможно лишь через достижение цели. Это дает ему возможность соотносить свои субъективные представления о потребности, с объективным содержанием, отыскивая средства овладения целью как объектом. Потребности обнаруживаются в мотивах (влечениях, желаниях), побуждающих человека к деятельности и становящихся формой проявления потребности. Если в потребности деятельность человека, по существу, зависима от ее предметно-общественного содержания, то в мотивах эта зависимость проявляется в виде собственной активности субъекта. Поэтому раскрывающаяся в поведении личности система мотивов богаче, чем потребность, составляющая ее сущность.[[53]](#footnote-53)

Под мотивом также часто понимают причину, лежащую в основе выбора действий и поступков, совокупность внешних и внутренних условий, вызывающих активность субъекта. Мотивы – это побуждения человека, направленные на удовлетворение потребностей, в зависимости от его индивидуальных, физиологических и психологических особенностей, системы ценностей, склонностей, образования и т.д.

 Рассмотрение ценностных ориентаций личности при изучении туризма является немаловажным. Основными причинами, по которым люди путешествуют, являются стремление к получению нового духовного опыта, желание соответствовать социальному статусу, оторваться от рутины и культурно обогатиться. Все они, так или иначе, связаны с существующей системой ценностей общества. Преобладающей в современном обществе является так называемая «западная» система ценностей. Для нее характерен следующий набор терминальных ценностей: красивый внешний вид, любимая работа, высокий доход, возможность профессио­наль­ного роста, наслаждение жизнью, самореализация, стремление нравиться другим, самостоятельность.[[54]](#footnote-54) Многие из них могут быть реализованы лишь в условиях качественного и разнообразного досуга.

 Современный досуг несет на себе печать постиндустриального общества, черты которого пронизывают всю повседневную жизнь человека. Б. Фаулер, говорит о переориентации ценностного сознания современного человека, благодаря которому происходит сдвиг ценностей труда к самоценности досуга.[[55]](#footnote-55) Способствуют расширению досуговой деятельности и увеличению ее роли также следующие факторы: глобализация, развитие средств массовой коммуникации, увеличение свободного времени, распространение идеологии «при­нудитель­ного потребления».

Прежде чем приступить к более детальному рассмотрению досуговых ценностей, реализуемых в сфере туризма, уместно будет рассмотреть формы досуговой деятельности. Именно они являются маркерами выделения основополагающих досуговых потребностей. Под формами досуговой деятельности понимается совокупность однотипных действий, имеющих опре­деленную функциональную нагрузку. Среди них можно выделить следующие.[[56]](#footnote-56)

• Отдых, т.е. процесс восстановления пси­хофи­зио­логического баланса человеческого организма. Соответствую­щая реа­билитация физических и умственных сил, восстановление способ­ности че­ловека к трудовой и бытовой жизнедеятельности в данном случае достигается как пассивным расслаблением организма, так и, на­оборот, активной деятельностью: прогулки и дру­гие виды отдыха на воздухе, посещение зрелищных учре­ждений, физи­че­ские упражнения, танцы и т.д.

• Развлечения - эта форма досуговой реабилитации и времяпрепрово­ждения, которая внешне близка к отдыху, но содержательно вполне са­мостоя­тельна. Ж. Дюмазедье так определяет их специфическое функцио­нальное место в системе досуга: если отдых избавляет человека от устало­сти, то развлечения избавляют его от скуки, от рутины повсе­дневно­сти, от недостаточной для мозга информационной насыщенности жизни. Причем, если для работающей части населения в соотноше­нии «уста­лость - скука» приоритетна, как правило, усталость, то для его неработаю­щей части приоритетна, наоборот, скука, что и порождает в соответствую­щих социальных условиях нередкую специфическую соци­ально-психологическую депрессию личности, известную под названиями «сплин», «хандра», «тоска» и т. п.[[57]](#footnote-57) Особенно злободневной эта ситу­ация становится именно сейчас, в условиях быстро растущего массива вынужденного сво­бодного времени у вытесняемой из сферы труда все большей части трудо­способного населения.

1. Досуговое общение, т.е. свободное (добровольческое) межлично­ст­ное взаимодействие, осуществляемое с помощью живой или письменной
речи, мимики, и предполагающее, как правило, обратную связь. С пози­ции общаемости все виды досуговой деятельности могут быть подразде­лены на: облигатные, существующие лишь на базе общения (беседы, пере­писка, прием и посещение гостей); факультативные, с возможной, но не обяза­тельной общаемостью (прогулки, просмотр телепередач, по­сещение зрелищ и т.д.); солитарные, не предполагающие или даже прямо исключаю­щие об­щение (чтение, музицирование).
2. «Потребление культуры», т.е. восприятие и освоение накопленных человечеством культурных ценностей в ходе чтения, просмотра и прослуши­вания теле-, видео- и радиопередач, посещения зрелищных учреждений, вы­ставок, концертов и т. д.
3. Игровая деятельность, т. е. «свободная деятельность, являющаяся фор­мой самовыражения субъекта и направленная на удовлетворение по­треб­ностей в развлечении, удовольствии, снятии напряжений».[[58]](#footnote-58) Ставя
человека в режим соревновательности, нередко имитируя в условной форме «острые», в том числе и опасные для жизни ситуации, мобили­зуя физические и психологические (интеллектуальные и эмоциональные) ре­сурсы человека, на «грани фола» сочетая нормативно-допустимое и ин­нова­ционное в поведении, игра возбуждает многообразные переживания, спо­соб­ствует смене впечатлений, общей «встряске» как самих играющих, так и на­блюдающих («болеющих») за игрой.
4. Досуговый («любительский») труд, т. е. разнообразная трудовая дея­тельность, совершаемая в добровольном порядке и не имеющая товар­ной или бытовой ценности: содержа­ние комнатных животных, разведение цветов, рукоделие, самодеятельное творчество (техническое, художествен­ное, опытническое и т.д.), самообразование, любительский спорт, общест­венная работа и т. д. Своей нетоварностью досуговый труд напоминает домашний труд, но принципи­ально отличен от него фактом заинтересо­ванности человека именно в личном осуществлении данного труда. Иными словами, если любой вид домашнего труда в принципе может быть реализован и на наемно - товар­ной основе (ребенка можно отдать в детсад или пригласить няню и т.д.), то «любительский» труд никому и ничему перепоручен быть, не может.

Таким образом, досуговые ценности - это предметы разнообразной деятельности людей, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп в сфере досуга. Их, как и все прочие, можно разделить на материальные и духовные. К материальным досуговым ценностям относятся объекты природной и социокультурной среды, обладающие ценностно-смысловой значимостью для досуговой деятельности человека. К духовным досуговым ценностям относится совокупность терминальных ценностей, которые оказывают значимое влияние на реализацию витальных, интеракционистских, социализационных и смысложизненных потребностей в сфере досуга. В качестве этих ценностей выступают здоровье, познание, общение, саморазвитие, развлечения и т.д.

Эти досуговые ценности по-разному реализуются различными социальными субъектами, а характер проведения досуга, в свою очередь, является одним из основных факторов, воздействующих на предпочтение различных видов туризма. В настоящее время туризм является устойчивым элементом досуговой активности личности. Такую популярность туризма можно обосновать тем, что в современном обществе он приобрел массовый характер.[[59]](#footnote-59) Интенсивные международные контакты, как на уровне государств, так и на уровне индивидов, коммуникация посредством сети электронной почты и мобильных телефонов, бронирование отеля, билетов на транспорт, заказ других услуг посредством сети Интернет стали типичными в социальной практике миллионов людей во всем мире.[[60]](#footnote-60) Можно говорить о том, что туризм в современных условиях представляет собой явление глобального транснационального масштаба.

Доминирующее положение туризма в досуговых предпочтениях в сфере духовной жизни поколений связана с многообразием мотивов, которые оказывают влияние на выбор такого вида досуга у различных групп людей. Исследователи по-разному группируют мотивы туристов. Одни исходят из различия видов мотивации (Р. Макинтош, Ф. Пирс), другие – из различия потенциальных туристов (С. Плог). Эти классификации объединены общей целью - изучить и структурировать потребности туриста, его мотивацию, что позволит улучшить качество туристского обслуживания, применять индивидуальный подход к туристам.[[61]](#footnote-61)

На протяжении всей истории существования туризма его потребности трансформировались. Так, в советские времена туризм и путешествия связывались не только с ожиданиями необычного и эмоционально насыщенного культурного опыта, но и с восприятием исторической и природно-эстетической реальности. Можно сказать, что преобладали культурные и психологические мотивы, люди путешествовали, чтобы познакомиться с культурой других стран, посмотреть на мир, отдохнуть от рутины и привычного ритма жизни. Сейчас туристы, помимо знакомства с культурой другой страны, стремятся больше узнать о быте людей, повседневной жизни, привычках, обычаях, традициях. Популярными стали поездки в другие страны во время национальных праздников, карнавалов. Туристов интересует внутренняя сторона жизни людей в других странах. Сегодня туризм в России, как и в остальном мире, превращается в индустрию «квантированных» удовольствий, которые подразумевают не столько культурные, сколько чисто физиологические аспекты потребления. Если прежде туризм ассоциировался с ценностью рискованного, но культурно насыщенного путешествия, то в современных условиях он превращается в систему фокусированного получения физиологических удовольствий (так называемое, «обслуживание», которое занимает первую позицию по значимости в туристической программе).[[62]](#footnote-62)

В связи с этим одним из важных мотивационных факторов туризма, наряду со стремлением приблизиться и постичь мир иной культуры, становится обретение соответствия той культурной реальности, которая создается телевизионной рекламой и статьями в популярных журналах. Именно это и становится реальностью современных путешествий. Иными словами, критерием эффективности туристической программы становится ее соответствие рекламе.

По мнению В.А. Квартального не все туристские мотивы**,** могут быть четко сформулированы и определены, но их можно систематизировать. Он предложил классификацию туристских мотиваций по двум основаниям: цель путешествия и интересов различных туристских групп.[[63]](#footnote-63) Выделяют следующие цели туризма: развлекательные, рекреационные, познавательные, оздоровительные, лечебные, профессионально-деловые, гостевые и пр. Все эти цели выражают те или иные потребности.

В зависимости от цели путешествия потребности условно можно классифицировать следующим образом.

1. Забота о здоровье. Потребности в лечении могут иметь различную функциональную нагрузку и в экстремальном случае лечение может быть основной целью поездки. Туристическая поездка может быть: оздоровительной – общая цель всех туров (климат, отдых, полезные для здоровья моральные и физические воздействия); предполагать лечение в качестве сопутствующей программы; лечебной по предписанию врача (лечение является основной целью туристского путешествия), включающей посещение курорта, водолечебницы, специализированного санатория, клиники.

1. Занятия спортом. Сюда входят туры, позволяющие заниматься в период отпуска такими видами спорта, которыми большинство людей не имеют возможности заниматься регулярно в течение года. Это горные лыжи, теннис, гольф, планерный спорт, конный, парусный спорт, серфинг, подводное плавание, сплав на байдарках и катамаранах и многое другое.
2. Обучение. Здесь можно выделить, прежде всего, изучение иностранных языков и разговорную практику, предусматривающие ежедневные занятия, а также другие виды рекреационных занятий. Кроме того, сюда входят обучение различным видам спорта и профессиональные программы обучения (менеджмент, маркетинг, экономика). Небольшую группу составляют обучающие туры по интересам (кулинария, экология, астрономия).
3. Возможность самовыражения и самоутверждения. Эти потребности могут реализовываться с помощью паломничества, основной целью которого является празднование культовых обрядов, получение заряда духовной энергии, а также приключенческих туров (сафари, охота, покорение горных вершин).
4. Возможность заняться любимым делом (хобби) в среде единомышленников предполагает специальные туры для автолюбителей, фанатов и спортивных болельщиков на спортивные соревнования, туры для паломников, коллекционеров, гурманов.
5. Развлечение и потребность в общении с людьми. Это в основном путешествия в праздничные дни и туры с развлекательно познавательными программами. Развлекательные потребности могут быть самые различные: посещение аттракционов, аквапарков, известных театров, цирков, казино, кабаре, карнавалов, фестивалей, национальных праздников.
6. Познавательные цели связаны с потреблением культурных ценностей: осмотр достопримечательностей, явлений природы, красивых видов и пейзажей, национальных парков; ознакомление с достижениями культуры, науки и техники (музеи, галереи, культовые сооружения); посещение экологически чистых или, наоборот, очень загрязненных объектов, исторических мест и сооружений.

Во всех вышеперечисленных турах основная потребность заключается в удовлетворении любопытства и повышении культурного уровня туриста.

Второе основание классификации мотивов – это специфические интересы различных туристских групп. Они позволяют выделить четыре категории туристских мотивов, которые различаются в зависимости от принадлежности туриста к той или иной социальной (демографической, возрастной, экономической и т.д.) группе.

1. Природные и климатические мотивы. Рельеф местности, растительность, температура воздуха привлекательны для туриста и играют существенную роль в создании таких форм туризма, как спортивный, водный, горнолыжный. Природно-климатические элементы в мотивации туризма преобладают у населения больших городов.

2. Культурные мотивы – желание человека познакомиться с культурным наследием страны, к которому относят исторические места, музеи, картинные галереи, выставки, археологические памятники, народные ремесла. Особый интерес вызывают также обычаи, одежда, кухня и другие проявления народного творчества. Эти потребности присутствуют практически у всех потенциальных туристов.

3. Экономические мотивы. Стоимость жизни в месте туристского назначения, стоимость путешествия, играют существенную роль в формировании пакет-туров. Данный вид мотивации оказывает существенное дифференцированное влияние на количество туристов со средним доходом.

4. Психологические мотивы различаются в зависимости от индивидуальных особенностей личности туриста. К ним относятся религиозные воззрения человека, его особые интересы и наклонности, отношение к рекламе.

Как правило, при выборе турпродукта турист руководствуется целой гаммой мотивов, из которых лишь определенные имеют существенную значимость. Эти мотивы часто объединяются в многокомпонентные комплексы ощущений и желаний, в значительной мере усиливающих свое влияние на механизмы и результат принятия потребителем окончательного решения.[[64]](#footnote-64)

Наряду с потребностями на формирование, территориальную организацию и географическое распределение туристских потоков и маршрутов оказывают влияние ряд факторов, которые обладают определенной возможностью усиливать свое воздействие на принятие решения о путешествии и выбор турпродукта.

Соглашаясь с мнением В.А. Квартальнова, выделим следующие факторы, влияющие на формирование мотивов в туризме.[[65]](#footnote-65)

Мотивация выбора путешествия в значительной степени зависит от возраста и самостоятельности в принятии решения или возможности влиять на его выбор. Дети в раннем возрасте (до 2-х лет) решений не принимают, а опосредованно оказывают большое влияние на выбор родителями вида отдыха. Дети дошкольного возраста (до 7 лет) путешествуют с родителями (за редким исключением - в организованных группах), решений самостоятельно не принимают, но могут оказывать давление на родителей или лиц их сопровождающих. Отдых в этом случае ориентирован на потребности ребенка. Школьники (до 18 лет) ориентируются на познавательный и активный отдых, они отличаются высокой любознательностью, но финансово зависимы и поэтому обладают ограниченной самостоятельностью. Молодежь, студенты (до 25 лет) имеют достаточное образование, высокую требовательность к удовлетворению познавательных потребностей, активному отдыху, склонны к самостоятельности, индивидуальному или самодеятельному туризму. Туристы в возрасте 25-35 лет - люди в большинстве случаев семейные, с малолетними детьми. Представители этой возрастной категории, как правило, связаны необходимостью закрепления в обществе, служебной карьерой, поэтому на отдых они выделяют мало времени и средств, направляя их в основном на укрепление финансового положения семьи. Исключение составляют туристы из категории «новые русские», потребности которых связаны не столько с получением острых ощущений, сколько с привлечением к себе внимания окружающих. В возрасте 35-45 лет туристы предпочитают спокойный и комфортабельный отдых, адекватный вложенным средствам и жизненному опыту. Туристы 50 лет и старше в основном обладают слабыми физическими возможностями. Предпочитают познавательный отдых вне сезона, а также отдых, связанный с лечением.

Существенное влияние при выборе программ обслуживания оказывает образование, которое позволяет выявлять общность интересов при посещении культурных и развлекательных центров, что упрощает обслуживание и сопровождение групп.

Важным фактором, оказывающим влияние на мотивацию выбора отдыха, оказывает социальная принадлежность. Различают следующие социальные группы:

* Рабочие и служащие. Преобладающее их число стремится к активному отдыху, как правило, из-за монотонной работы и составляют значительный контингент туристов.
* Учащиеся и студенты. Они составляют подавляющую часть групп познавательного туризма, в силу своих возрастных и социальных особенностей.
* Пенсионеры. Очень чувствительны к внешним воздействиям, ограничения климатического характера позволяют им совершать туристские поездки вне сезона.
* Фермеры и работники подсобных хозяйств. Представители данной группы редко могут позволить себе какие-либо путешествия, в связи с тем, что у них отсутствует четко регулируемый отпуск и нет возможности для выделения времени на отдых.

При выборе видов отдыха большое значение имеет менталитет, который определяется в основном уровнем образования, социального статуса, социального положения в обществе. Необходимо отметить, что этот фактор наиболее важен для туристов старше 18 лет, в период становления личности. Во время отдыха имеет стремление к восполнению недостающих эмоций и ощущений.

Влияние конфессии на выбор различных видов туризма проявляется в том, что верующие отвергают развлекательные программы (варьете, стриптиз-шоу, казино). Следовательно, представители религиозных групп совершают туры, которые отвечают их убеждениям, и удовлетворяют их познавательные и духовные интересы, соответственно образу жизни, вероисповеданию, возможностям совершения обрядов или молитв.

Стоит отметить, что в туризме существенную роль играет доход, так как турист выбирает уровень туристского обслуживания и вид путешествия, исходя из его стоимости и своих материальных возможностей. Повышение жизненного уровня оказывает влияние на выбор тех или иных видов туризма и отдыха.

Семейное положение также влияет на мотивацию выбора путешествия. К группам семейной принадлежности относятся: дети и школьники, которые оказывают влияние на родителей в выборе отдыха; свободная от семьи молодежь имеет все предпосылки для активных путешествий; супруги с детьми относительно ограничены в выборе видов отдыха и развлечений, т. к. стремятся главным образом обеспечить отдых ребенка.

На формирование мотивов выбора путешествия оказывает профессиональная принадлежность, так как именно на работе человек проводит большую часть времени, подвержен сильному влиянию умственной и физической активности, а так же трудового коллектива.

Наличие и продолжительность отпуска также влияет на мотивацию путешествия и выбор туристского продукта. Отсутствие отпуска лишает человека возможности совершать длительные туры, оставляя ему лишь маршруты выходного дня.

Здоровье, физическая подготовка, иммунитет, спортивные навыки в значительной степени определяют выбор путешествия. Значительная часть курортов предлагает такие услуги, что существенным образом может влиять на принятие решения о путешествии и покупке турподукта. Семьи, в которых есть люди с физическими недостатками, скрупулезно подходят к планированию и выбору туристской поездки, учитывают возможные трудности и специфику отдыха. Работникам сферы туризма нужно обязательно помнить, что существует ряд не явно выраженных физических недостатков (диабет, фобии), которые ограничивают туристскую активность и могут создать предпосылки для возникновения экстренных ситуаций.

Туризм предполагает активный и пассивный отдых. Потребность в выборе отдыха зависит от возраста, характера, образа жизни, устойчивых принципов, влияния общества и других факторов, но, главное, от здоровья туриста. Человек с активной работой желает пассивного отдыха и, наоборот, умственный труд – необходимость физической нагрузки, эмоциональной встряски. На склонность туриста к пассивному отдыху также может оказывать влияние и сезонность. Таким образом, факторы туристской мотивации обладают определенной возможностью усиливать свое воздействие на принятие решения о путешествии и выбор туристского продукта.

Итак, досуговые ценности - это предметы разнообразной деятельности людей, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности представителей различных социальных групп в сфере досуга. К материальным досуговым ценностям относятся объекты природной и социокультурной среды, позволяющие осуществлять различные досуговые практики. Духовные досуговые ценности – это совокупность терминальных ценностей, оказывающих значимое влияние на реализацию витальных, интеракционистских, социализационных и смысложизненных потребностей в сфере досуга. Ценности в сфере туризма как вида досуговой деятельности позволяют удовлетворять потребности в лечении, занятии спортом, обучении, познании, развлечении, занятии любимым делом, а также в самовыражении, самоутверждении личности и повышении ее культурного уровня.

Туризм в современных условиях является одним из эффективных средств реализации социокультурных ценностей в сфере досуга. Это происходит благодаря усилению взаимосвязи и взаимозависимости стран, открытости границ и увеличения масштабов международной торговли, а также распространения сети электронной почты, сети Интернет и мобильных телефонов, которые помогают устанавливать международные контакты, бронировать отели, билеты на транспорт.

**1.3. Социокультурный потенциал сферы туризма в современном обществе**

Для описания возможностей удовлетворения потребностей человека в сфере туризма необходимо рассмотреть социокультурный потенциал туризма и эффективность. Социокультурный потенциал сферы туризма - это наличие возможностей для удовлетворения потребностей людей в туристских услугах. Социокультурная эффективность туризма – это степень удовлетворения личности в результате реализации этих потребностей.

Для более детального рассмотрения социокультурного потенциала сферы туризма необходимо классифицировать современные виды туризма, поскольку именно их многообразие создает основные условия для удовлетворения большинства досуговых потребностей личности. Их реализация производится с учетом индивидуальных склонностей различных социальных субъектов, а также их социального и материального положения.

Учитывая, что туризм многоплановое понятие, сложно выделить его формы и виды в чистом виде, поэтому единую классификацию туризма представить достаточно трудно. Существующие, например, В.А. Квартального, Л.П. Шматько, А.Ю. Александровой, Г.А. Карповой,[[66]](#footnote-66) имеют некоторые расхождения, но в целом между собой согласуются.

По нашему мнению, туризм можно классифицировать по следующим признакам: в зависимости от национальной принадлежности; цели поездки; транспортных средств, используемых на туристическом маршруте; способа передвижения; средств размещения туристов; времени путешествия; продолжительности путешествия; состава группы; организационных форм; принципа формирования цены на продукт. Исходя из этого, можно выделить следующие виды.

I. В зависимости от национальной принадлежности.

1. Национальный (внутренний) туризм. Он представляет собой временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ этой же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и в других туристских целях.
2. Международный (внешний) туризм. Он, в свою очередь, подразделяется на активный и пассивный, или иначе въездной и выездной туризм. Выездной туризм – путешествия лиц, постоянно проживающих в какой-либо стране, в другую страну. Въездной туризм – путешествия в пределах страны лиц, не проживающих постоянно в данной стране.

II. В зависимости от цели поездки.

1. Лечебный (медицинский туризм). Данный вид туризма, нацелен на лечение различных заболеваний. Лечебный туризм имеет несколько разновидностей, которые определяются различием природных средств воздействия на человеческий организм, например: климатолечение, бальнеолечение, морелечение, грязелечение и т.д. Зачастую при лечении могут использоваться несколько средств воздействия на организм отдыхающего, в таких случаях вид туризма определяет основное из них.
2. Рекреационный туризм. В основе этого вида туризма лежит передвижение людей в свободное время в целях отдыха, восстановления и развития физических, психических и эмоциональных сил. Рекреационный туризм условно можно разделить на оздоровительный и познавательный:
* оздоровительный вид предполагает профилактику заболеваний, восстановление сил, в его основе лежат специально разработанные маршруты, включающие посещение источников минеральных вод, лечебных грязей, горнолыжные маршруты;
* познавательный вид - данный вид туризма преследует цель расширения знаний по различным направлениям.

Рекреационный туризм может включать следующие программы:

– зрелищно – развлекательные (театр, кино, карнавалы, ярмарки, дни города, фестивали);

* занятия по интересам (охота и рыбная ловля, художественное и музыкальное творчество, туры для коллекционеров и т.д.);
* обучающие (туризм, другие виды спорта, искусство, ремесла и т.п.);
* «этнические» и бытовые (связанные с изучением национальной культуры и нетрадиционного быта);
* туристско-оздоровительные (включающие маршруты с активными способами передвижения, купальные, горнолыжные и т.д.).
1. Экологический туризм – это туризм, включающий все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе.[[67]](#footnote-67) Это яркий пример сочетания природы, спорта и экологии с целью развития духовных, физических и познавательных начал в человеке.

По определению В.Б. Поздеева экологический туризм относится к рекреационному виду туризма, который непосредственно связан с использованием природного потенциала.[[68]](#footnote-68) По-нашему мнению, экологический туризм необходимо рассмотреть как самостоятельный вид, так как в связи с урбанизацией экологические потребности становятся одними из преобладающих. В наше время большинство туристов отдают предпочтение именно экологическому туризму, о чем свидетельствуют растущая популярность пеших экскурсионных маршрутов и увеличение посещаемости привлекательных в природном и культурном отношении мест.

Для развития экологического туризма требуются значительные и разнообразные ресурсы. Ресурсами экологического туризма являются не только природно-климатические факторы (рельеф, водные объекты, флора и фауна, уникальные и просто интересные природные участки), но и историко-культурные достопримечательности, находящиеся в непосредственной связи с природной средой. Поэтому к экологическим ресурсам можно причислить материальную и духовную культуру населения региона, исторические, археологические, культурные памятники.

Особо охраняемые природные территории являются наиболее важным звеном в развитии экологического туризма, так как имеют целый ряд преимуществ: располагаются в наиболее живописных, привлекательных, интересных с познавательной точки зрения местах; обладают сложившейся системой обслуживания туристских групп; располагают определенной инфраструктурой и подготовленным персоналом.

Большой разброс целевых установок экологического туризма обусловливает многообразие его направлений.[[69]](#footnote-69)

Научное направление - особая форма экологического туризма, связанная с получением необходимой деловой и научной информации, например, о редких, находящихся под угрозой исчезновения и занесенных в Красную книгу представителях флоры и фауны, о природных явлениях, исторических памятниках и т.д.

Познавательное направление - это ознакомление туристов с наиболее интересными природными территориями, флорой и фауной, уникальными ландшафтами, гармонично вписанными в окружающую местность памятниками материальной культуры и истории. Главным инструментом ознакомления туристов с окружающей средой являются учебные экологические тропы, рассчитанные на различный возрастной и образовательный уровень отдыхающих.

Спортивное направление - занятия горным туризмом, водным сплавом, спортивным ориентированием в сочетании с ознакомлением с горными, водными и лесными ландшафтами, флорой и фауной данной местности. К данному направлению может быть отнесено спортивное рыболовство по специальным лицензиям.

4. Туризм с деловыми целями. В основе этого вида туризма лежат «временные командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах, без получения доходов в месте командировки».[[70]](#footnote-70) Придерживаясь мнения Е.В. Вавиловой[[71]](#footnote-71), отнесем к деловому туризму инсентив-туризм (от англ. incentive – побудительный, поощряющий), который представляет собой поездку за счет фирмы, организуемую предприятием для своих работников за достижения в труде.[[72]](#footnote-72) В отличие от массовых туров инсентив-программы разрабатываются под конкретного корпоративного заказчика, предполагая высококлассное размещение и обслуживание на маршруте. Инсентив-туризм обычно согласовывается с туристской фирмой за 1-2 года до начала поездки, так как программа реализации поощрений компанией рассчитана на длительный период. Участник поездки огражден от всяких проблем, связанных с подготовкой и проведением тура, к тому же туристы, путешествующие по инсентив-турам – наиболее требовательная публика к вопросам качества обслуживания. Этот тур организуется так, что поездки, как правило, осуществляются в не сезон – с октября по апрель (за исключением рождественских праздников и нового года). 90% сотрудников, награжденных туристской поездкой, отправляются в нее вместе с женой (мужем). В программу таких поездок часто включаются деловые мероприятия, презентации, обмен опытом, учеба.

Одной из разновидностью делового туризма является конгрессный туризм - туристические поездки с целью участия в различных мероприятиях, в том числе конференциях, симпозиумах, съездах, конгрессах и т.д. Интенсивное развитие данного вида туризма привело к созданию ряда международных организаций, полностью специализирующихся на проведении международных деловых и научных мероприятий (например, Международный союз организаторов конгрессов). Большим преимуществом конгрессного туризма является то обстоятельство, что он может реализовываться в несезонный период. Расходы участника конгресса, как правило, значительно превышают расходы обычного туриста, следовательно, при увеличении свободного времени участников за счет оптимальной организации, а также оплате деловой части направляющим учреждением, возможно комбинирование поездки на конгресс с различными туристическими программами.

1. Религиозный туризм или паломничество, «является одним из самых старых видов туризма и представляет собой передвижения людей к святым местам с целью посещения храмов и монастырей в дни религиозных праздников или для замаливания грехов».[[73]](#footnote-73) Паломничество – древнейший вид культовых действий. Его зарождение связано с формированием в мире основных религиозных течений. Паломничество, как и туризм, бывает внутренним и международным.

7. Ностальгический туризм - вид туризма, целью которого является совершение людьми поездок в места своего исторического проживания. Участники ностальгического туризма - в основном пожилые люди, которые ранее проживали в данной местности.

8. Транзитный туризм. В основе транзитного туризма лежит потребность пересечения территории одной страны, с целью посещения другой.

9. Спортивный туризм подразумевает участие в спортивных мероприятиях или соревнованиях. В зависимости от цели путешествия спортивные туры подразделяются на два вида: активный и пассивный. В первом случае основой являются занятия каким-либо видом спорта, во втором – интерес к спорту, например посещение соревнований. Данный вид туризма помогает человеку самовыражаться, общаться с другими людьми и природой, самоутверждаться, стимулирует спортивные достижения, которые способствуют формированию здорового образа жизни человека и общества. Это вид туризма с использованием активных способов передвижения, организуемый либо самостоятельно туристами, либо совместно с туристско-спортивными клубами и союзами с учетом программ туристско-спортивной классификации. Спортивный туризм объединяет любителей активного отдыха, занимающихся горнолыжным, велотуризмом, а также драйвингом (автотуризм), рафтингом (сплав на лодках и плотах по горным рекам), дайвингом (подводное плавание) и некоторыми другими. Он вырабатывает прикладные умения, включая навыки поведения в экстремальных ситуациях, бережное отношение к окружающей среде, навыки экологической культуры.

Необходимо отметить, что данное разделение видов туризма весьма относительно, так как на практике очень часто имеют место комбинированные туры, сочетающие в одном путешествии несколько видов туризма, обусловленных различными целями туристов (например, рекреационный с познавательным, спортивный с рекреационным, лечебный с рекреационным).

III. В зависимости от транспортных средств, используемых на туристическом маршруте, различают следующие виды туризма.[[74]](#footnote-74)

1. Туризм на транспорте, принадлежащем транспортным хозяйствам туристической системы или непосредственно туристической организации.
2. Транстуры на арендованном туристском транспорте, принадлежащем транспортным организациям, использующемся туристскими организациями на правах аренды (по договору) на срок, определенный сроком действия тура. В качестве арендованного специализированного транспорта туристские организации используют морские и речные теплоходы, самолеты, специальные составы туристско-экскурсионных предприятий.
3. Туры на личном транспорте туристов – специально разработанные индивидуальные или групповые туры для владельцев личных автомобилей с предоставлением туристам всех видов услуг по маршруту (проживание в автокемпингах, питание, экскурсии, досуг, авторемонт), кроме проезда.

IV. В зависимости от способа передвижения виды туризма подразделяются следующим образом.

1. Автомобильный туризм. Этот вид туризма бурно развивается со второй половины XX века. В настоящее время он получил наиболее широкое распространение. Это особой вид туризма с использованием личного или арендуемого автомобиля в качестве транспортного средства. В составе автомобильного туризма выделяется караванинг, при котором в качестве средства размещения используется караван – автомобиль-фургон со спальными местами.
2. Железнодорожный туризм. Этот вид туризма развивается с 40-х годов XIX века. Относительная дешевизна железнодорожных билетов делает его доступным для менее обеспеченных слоев населения.
3. Авиационный туризм. Данный вид туризма является наиболее перспективным, так как позволяет расширить географию путешествий и экономить время при доставке туристов к местам посещения. Авиационные туры подразделяются на групповые туры с использованием части мест в самолетах пассажирских авиалиний и спецавиарейсы с полной арендой самолета для специальных туристских перевозок.
4. Водный туризм. Данный вид туризма подразумевает организацию маршрутов на морском или речном транспорте.
* Морские маршруты бывают каботажные (судоходство между портами одного государства) и круизные (путешествия на арендованных судах продолжительностью более суток).
* Речные маршруты – с использованием судов речных пароходств. Имеют подвиды: туристско-экскурсионные рейсы – это путешествия на арендованных речных судах продолжительностью более одних суток и экскурсионно-прогулочные – поездки экскурсантов с целью ознакомления с памятными и историческими местами и отдыха, продолжительностью не более 24 часов.
1. Автобусный туризм. При данном виде туризма путешествия организовываются с использованием автобусов в качестве средства передвижения. Автобусные туры могут быть обычными туристско-экскурсионными (с предоставлением всех видов услуг, предлагаемых транспортным туром – проживание, питание, экскурсионное обслуживание) и так называемые «автобусы здоровья» - прогулочные (автобусы одного дня).
2. Велосипедный туризм – специальные походы, предусматривающие прохождение маршрута на велосипеде. Это популярный вид активного отдыха, имеющий множество разновидностей: от небольших прогулок и экскурсий до сложных велосипедных путешествий. Этот вид туризма доступен для использования достаточно ограниченному контингенту туристов, так как участники велопоходов должны хорошо владеть велосипедом, быть физически подготовленными.
3. Пешеходный туризм - специальные походы, маршруты которых прокладываются по равнине или в предгорьях, невысоких горах и осуществляются пешком. Данный вид туризма получил наибольшее распространение во внутреннем туризме. Следует отметить, что на практике очень часто при одном прохождении пешеходных участков используется несколько видов туризма.

V. В зависимости от средств размещения туристов различают следующие виды туризма.[[75]](#footnote-75)

1. Туризм в отеле. Отели, как правило, расположены либо в центре города, либо недалеко от аэропорта или железнодорожного вокзала.

2. Туризм в мотеле. Мотели располагаются либо вдоль автомобильной трассы, либо на окраине города. Проживание в мотеле должно обеспечивать туристам условия по уходу за автомобилем (автостоянки, бензозаправочные станции, автосервис и т.д.).

3. Туризм в пансионате. Пансионаты гостиничного типа с единым управлением предоставляют клиентам жилье в одном или нескольких номерах, сопутствующие услуги и автономную кухню.

4. Туризм в кемпинге, туристической деревне, на турбазе. Кемпинги, турбазы – это помещения, расположенные, как правило, в загородной местности, предназначенные для размещения как пешеходных, так и автотуристов. Туристические деревни – это сервисные хозяйства с единым управлением, огороженные и оборудованные для отдыха и ночевки туристов, не имеющие автономного оборудования, необходимого для ночевки.

Помимо перечисленных видов предприятий гостиничного хозяйства, определяющих вид туризма, существуют и такие виды как: дома и меблированные квартиры, дома отдыха, дома молодежи.

VI. В зависимости от сезона года, туризм подразделяется на следующие виды:[[76]](#footnote-76)

1. Сезонный. В России он двухсезонный, т. е. делится на два периода: летний (с конца мая по середину сентября в период летних отпусков и школьных каникул) и зимний (с середины декабря до конца февраля – период горнолыжного сезона, рождественских и новогоднего праздников) и характеризуется большим потоком туристов.
2. Межсезонный (полусезонный). В нашей стране осенью и весной количество туристов значительно уменьшается в сравнении с активным сезоном.
3. Несезонный туризм характерен для тех районов, которые посещаются туристами в определенное время года (они являются односезонными).

VII. В зависимости от продолжительности путешествия различают два вида туризма. Продолжительность путешествия относится ко времени, которое затрачивается туристом в ходе поездки или пребывания в посещаемом месте или стране.

1. Продолжительный. Путешествие по стране проживания или же вне страны проживания может длиться от 24 часов до 6 месяцев по международному стандарту, максимальный срок – 1 год.
2. К непродолжительным поездкам относится:[[77]](#footnote-77)
* транзитный туризм – это остановки туристов по пути следования к месту назначения;
* однодневный туризм (экскурсия) – это туры продолжительностью в световой день: они не предполагают остановки на ночлег;
* кратковременный туризм – это поездка продолжительностью 2-4 дня. Этот вид туризма может включать в себя деловой туризм и поездки на выходные дни.

VIII. В зависимости от состава группы различают следующие виды туризма.

1. Групповой (массовый) туризм – «совместная поездка нескольких лиц по единому маршруту и на одинаковых условиях. Путешествие считается групповым, если количество ее участников составляет от шести и более человек по международным стандартам. Объединение туристов в одну группу обусловливается общностью интересов и целей поездки, а также сравнительно низкими ценами».[[78]](#footnote-78) Исследователи Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. такой туризм называют паушальным. По их мнению, паушальный тур - это стандартизованный, предварительно организованный комплекс туристских услуг для группы за одну стоимость.
2. Индивидуальный туризм – независимое путешествие одного или нескольких лиц, связано с обслуживанием, носящим персональный характер, как правило, с более высокими ценами. Подобные туры называют также одиночными, но это не означает путешествие одного человека, ведь путешествие семьей с персональным обслуживанием также является индивидуальным. Данный вид туризма чаще всего реализуется в рамках делового, научного и оздоровительного туризма. В последнее время индивидуальный туризм получает значительное развитие по каналам родственных семейных связей, творческих обменов, посещений по приглашению. Индивидуальные поездки практикуются также по программам социального и молодежного туризма. Индивидуальные туристы могут воспользоваться услугами гидов-переводчиков, экскурсоводов, организаторов путешествия, проводников и сопровождающих, арендовать легковой автотранспорт, использовать возможности других форм туристического сервиса.
3. Семейный туризм – форма организации поездок людей, связанных родственными узами. Данный вид туризма получил большое развитие в последние годы в значительной степени за счет скидок, которые предлагают турфирмы лицам, путешествующим с детьми. Зачастую семейный туризм осуществляется по программам, разработанным туроператором для семейного отдыха.
4. Молодежный (студенческий) туризм – конкретный вид туристской деятельности юношества и подростков, реализуемый как в рамках государственных границ, так и на региональном и мировом уровнях. Как утверждает М.Д. Биржаков, путешествия для молодежи – это стиль жизни развитого человеческого общества. Существует концепция, что молодые люди на этапе своего жизненного пути до 25 лет, пока не завели семью и детей, должны посмотреть мир, совершить путешествия, узнать, как живут другие народы. Это поможет им выбрать правильный путь в жизни, сформировать собственные жизненные принципы.[[79]](#footnote-79)
5. Детский (школьный) туризм - это туризм, который «входит составной частью в учебный и воспитательный процесс в образовательных учреждениях, действующих по основным общеобразовательным программам, в учреждениях дополнительного образования, в том числе во внешкольных профильных туристских центрах и станциях детско-юношеского туризма».[[80]](#footnote-80)

Молодежный и детский туризм получил большое развитие в значительной степени за счет туристских обменов как внутри страны, так и между различными странами. В большинстве ВУЗов реализуются программы по обмену студентами, что способствует развитию молодежного туризма.

IX. В зависимости от организационных форм выделяются следующие виды туризма.[[81]](#footnote-81)

1. Организованный туризм - это строго регламентированные путешествия, предлагаемые туристскими фирмами и реализуемые обычно на условиях предварительной оплаты. Туристы могут получить соответствующий набор услуг при посредничестве туристской фирмы или без её участия, оплатить поездку с комплексным обслуживанием заблаговременно или каждую услугу в отдельности по мере пользования ею на месте. Организованные туристы приобретают туры по заранее согласованным маршрутам, срокам пребывания, объёму предоставляемых услуг через специальный туристский сбытовой аппарат. Одни из них предпочитают туры с комплексным обслуживанием, другие ограничиваются частичным туристским обслуживанием (купив, например, курсовку только на питание).

2. Неорганизованный туризм. В отличие от организованных, неорганизованные туристы не связаны никакими взаимными обязательствами с разного рода посредниками, прежде всего туристскими фирмами. Они путешествуют на принципах самодеятельности и самообслуживания. Типичный пример неорганизованного туризма – поездки путём автостопа, с использованием в качестве средства передвижения попутные автомобили.[[82]](#footnote-82)

X. В зависимости от определяющего принципа формирования цены на продукт различаются такие виды туризма.

1. Коммерческий туризм - это «стандартный вариант, когда туристская фирма реализует свой турпродукт покупателю и получает прибыль».[[83]](#footnote-83) Предлагаемые турфирмой товары и услуги рассчитаны в основном на лиц с высоким и средним уровнем достатка, готовых полностью оплачивать туристские расходы из семейных бюджетов.
2. В противовес коммерческому туризму возникает социальный (дотационный) туризм. Под «социальным туризмом понимаются путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды, при этом, отдельным категориям туристов государство в порядке, установленном законодательством, предоставляет льготы социального характера».[[84]](#footnote-84) Это определенные дотации в различных формах, как от государственных, так и от общественных организаций, а также коммерческих структур, в целях обеспечения возможности получения отдыха и участия в туристических мероприятиях различных слоев населения, не имеющих для этого достаточного количества денежных средств. К таким слоям относятся пенсионеры, студенты, категории низкооплачиваемых работников и т.д. Концепция социального туризма покоится на трёх основополагающих принципах: обеспечение отдыха каждого члена общества путём широкого вовлечения в сферу туризма людей с низким уровнем доходов; субсидирование туризма малоимущих; активное участие центральных правительственных, муниципальных, общественных и коммерческих структур в его развитии.

В.А. Квартальнов отмечает, что социальная ориентация туризма в России предопределяет его следующие основные направления:[[85]](#footnote-85) преимущественное развитие спортивно-оздоровительного, культурно-просветительного, эколого-экспедиционного и научного туризма; приоритетность отечественных экономических интересов перед зарубежными; государственная поддержка и защита потребностей населения России в туризме как движение к гражданскому обществу; ориентирование рыночной экономики на решение социальных задач; формирование новых форм регулируемых рыночных отношений и разработка механизма либерализации цен на социальный турпродукт; использование новейших компьютерных технологий и коммуникативных связей; осуществление институциональных преобразований в сфере российского туризма через социально-ориентированную рыночную инфраструктуру – создание банков, бирж, фондов, общественных организаций массового типа.

В настоящее время в связи с широким распространением Интернета и развитием новых технологий, отмечается появление таких новых видов туризма как виртуальный и космический.[[86]](#footnote-86)

Виртуальный туризм – это пассивная форма туризма, позволяющая не выходя из дома посетить самые удивительные, экзотические места нашей планеты. Надо сказать, что виртуальный туризм не способен заменить те эмоции, которые получает человек в реальности.

Космический (орбитальный) туризм – специфический вид туризма. Данный вид туризма требует больших материальных затрат, но в дальнейшем, думается, этот вид туризма будет постепенно становиться привычным и типичным. В недавнее время американская компания «Space Adventures» по договоренности с Росавиакосмсом выставила на продажу две путевки на международную космическую станцию, обе уже проданы. Это свидетельствует о возрастании интереса к космическому туризму.

Новым феноменом современности является научный туризм. Как отмечает М.Б. Биржаков, научный туризм может быть ознакомительным, при этом туристам демонстрируются природные и антропогенные объекты и образцы, даются квалифицированные пояснения по проблемам, с ними связанными. Но все чаще и чаще туристы принимают участие в научных и сопутствующих работах в качестве вспомогательного персонала, например, участвуют в реставрационных работах, работах в заповедниках по сохранению редких животных, в полевых исследованиях. Однако самой привлекательной формой самостоятельных научных исследований выглядит научно-экспедиционный туризм.

При этом организуются постоянно действующие или сезонные экспедиции, стационарные и маршрутные научные станции.[[87]](#footnote-87) Именно активный научно-познавательный туризм должен оказать воздействие на формирование принципиально иного отношения человека к окружающей его природной среде, соседям по стране и планете.

Любая деятельность, которую организует человек, имеет определенную функцию или несколько функций. Рассмотрение основных видов туризма невозможно без анализа их функциональной нагрузки. Выделим основные функции туризма.

1. Экономическая. Одна из основных функций туризма. Туризм является одной из самых динамичных отраслей экономики. Благодаря туризму осуществляется поступление иностранной валюты без экспорта товаров за рубеж. В настоящее время туризм - это целая индустрия, содержащая в себе различные фирмы, учреждения и предприятия, занимающиеся организацией отдыха туристов, предоставляющие потребителю разнообразные туристские услуги. В индустрию туризма входят гостиницы, предприятия питания, бюро путешествий и экскурсий, туристские фирмы, автотранспортные предприятия, экскурсионные фирмы, музейный бизнес, а также киносервис, службы быта, зрелищные и спортивные центры, центры здоровья, строительные фирмы и др. Все они участвуют в организации условий для обеспечения туризма и отдыха.
2. Рекреационная. Различные виды туризма ориентированы, прежде всего, на восстановление физических и психических сил человека затраченных на производстве. Без восстановления трудоспособности человек просто не сможет заниматься какой-либо трудовой деятельностью. Поэтому рекреационная функция свойственна в той или иной мере всем видам туризма.
3. Гедонистическая. Данная функциональная нагрузка характерна практически для всех видов туризма, так как различные поездки в уникальные местности, путешествия по культурно-историческим местам, так или иначе, сопряжены с получением удовольствий, наслаждением от осуществляемой деятельности.
4. Познавательная. Познание характерно для разных видов туризма, прежде всего, для познавательных его видов. Например, экологический туризм позволяет туристам ознакомиться с особенностями той или иной рекреационной зоны, изучить историю данной местности. Кроме того, данный вид туризма формирует у туристов потребность в бережном отношении к окружающей среде и т.д.
5. Мировоззренческая. Туризм как вид деятельности формирует у человека, осуществляющего эту деятельность, определенное мировоззрение, отношение к окружающей среде (экологический вид туризма), стиль жизни (экстремальный вид туризма).
6. Аксиологическая функция туризма выступает как метафункция, поскольку именно она позволяет уяснить место туризма в ряду культурных ценностей. В туризме аксиологические принципы реализуются в конкретных моделях туристского пространства, которые способны отражать не только стадии изменения ценностей, но главным образом стадии изменения и развития личности.

Необходимо отметить, что нами выделены лишь основные функции туризма, которые характерны для всех видов туризма. Различные виды туризма реализуют одновременно несколько функций.

Любая деятельность, в конечном счете, имеет своим результатом оценку эффективности данной деятельности, это касается и туризма. Эффективность туризма оценивается по следующим критериям: рекреационная эффективность туризма, социальная и экономическая эффективность.

Под рекреационной эффективностью подразумевается профилактика заболеваемости населения. Туризм в силу высокой интенсивности, способности за единицу времени удовлетворить максимум рекреационных потребностей обладает более высокой профилактической эффективностью, чем другие виды занятий.

Социальная эффективность туризма выражается в доступности большинства видов туризма для различных социальных слоев общества, включая многодетные семьи, молодежь, пенсионеров, инвалидов. Государственная социальная политика в области туризма нацелена на предоставление скидок и льгот на различные туристские услуги для определенных социальных групп. Надо заметить, что в настоящее время социальная эффективность современного российского туризма, в силу экономических и социальных проблем весьма невысока, но думается, что в ближайшее время ситуация изменится.

Экономическая эффективность туризма выражается в высокой степени автономности данного сектора экономики по сравнению с другими. В настоящее время туризм представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики.

Соглашаясь с мнением И.В. Зорина и В.А. Квартальнова,[[88]](#footnote-88) к имеющимся критериям эффективности туризма добавим следующие.

Духовно-нравственная эффективность заключается в росте идейной убежденности, устойчивых интересов, мотивов деятельности; развитие нравственных принципов и отношения личности к общественным ценностям, труду, семье.

Культурно-познавательная эффективность – приобретение дополнительных знаний и развитие познавательной активности как следствие восприятия туристом ценностей культуры, системы образования, труда и быта населения, достопримечательностей в местах посещения.

Профилактическая эффективность туризма является следствием использования туристами специальных двигательных режимов трех типов: с постоянно повышающейся интенсивностью двигательной активности человека, со стабилизацией интенсивности двигательной активности, которая была характерна до начала исполнения специальных двигательных режимов в зоне отдыха и рекреации, с постепенным снижением двигательной активности.

Эргономическая эффективность туризма – это степень влияния производительности труда на характер туризма. В последнее время резко изменился характер труда человека, структура затрат его сил, а также обострилось основное эргономическое противоречие между интенсивным характером затрат сил индивида и экстенсивным характером их восстановления. Резкое сокращение объема физических усилий и возрастание уровня интеллектуальных и эмоциональных перегрузок ведет к стрессовым ситуациям. Самой эффективной альтернативой являются физическая культура и туризм, которые восстанавливают традиционные эргрономические структуры за счет активной деятельности в свободное время.

Эффективность туризма во многом зависит от факторов, влияющих на его развитие. Основные факторы, влияющие на развитие туризма делятся на статичные и динамичные.[[89]](#footnote-89)

1. Статичные факторы – это совокупность природно-географических и культурно-исторических факторов. Они имеют непреходящие, неизменные значения. Человек лишь приспосабливает их к туристским потребностям, делает их более доступными для использования. Природно-климатические и географические факторы - это особенности ландшафта той или иной местности (море, горы, степи), наличие природных ресурсов (нарзаны, минеральные пещеры, грязи); культурно-историческое наследие (памятники архитектуры, культуры, истории).
2. Динамичные факторы – это демографические, социально-экономические, материально-технические и политические условия. Различные социально-демографические группы в зависимости от возраста и материального положения склонны отдавать приоритет тем или иным видам туризма. Очевидно, что процент участников экстремальных видов туризма в возрасте 45-55 лет гораздо ниже, чем представителей возрастной группы 25-35 лет, также не каждый может позволить себе международный туризм, так как он требует определенных материальных затрат. Политический фактор также оказывает большое влияние на развитие туризма. Неблагополучная политическая ситуация в том или ином регионе в первую очередь сказывается на снижении спроса на туристические услуги. Во время нестабильной ситуации в Чечне многие туристы избегали поездок в регион Кавказских Минеральных Вод.

Кроме того, факторы, воздействующие на туризм делятся на внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные).

1. Внешние (экзогенные) факторы воздействуют на туризм посредством демографических и социальных изменений. Данная группа включает в себя: возраст населения, пол, профессию, образование, семейное положение, состав семьи, более ранний выход на пенсию, увеличение осознания туристских возможностей.

Возрастные особенности характерны для некоторых видов туризма, так, например, спортивные и экстремальные виды туризма привлекают по большей части представителей такой социально-демографической группы как молодежь. Лечебный и рекреационный виды туризма в большей степени характерны для представителей старшего поколения. Надо заметить, что данное разделение весьма условно и относительно. В настоящее время вследствие изменения отношения пенсионера к своему социальному статусу, отмечается тенденция к увеличению спроса на туризм у людей старших возрастных групп и в первую очередь группы людей в возрасте «от 50 лет и старше».

Что касается семейного положения и состава семьи, то надо заметить, что активными туристами, оказывающими влияние на развитие туризма, являются несемейная молодежь до 35 лет. Это, как правило, высокообразованные, ориентированные на успех в профессиональной деятельности, материально обеспеченные люди, которые стремятся более рационально и комфортно организовать свое свободное время.

Повышение уровня доходов и образования населения детерминирует реализацию социокультурных потребностей в изучении быта и культурного наследия различных стран мира, что также способствует развитию туризма.

Необходимо отметить, что все перечисленные выше показатели в той или иной степени влияют на структуру свободного времени населения, которая создает объективные условия развития туризма. Совокупность тех или иных факторов определяет модель поведения человека в свободное время, а, следовательно, и характер поведения потребителей туристских услуг. Это проявляется, в частотности, в предпочтении географии туризма, видов туризма.

Кроме того, к внешним факторам развития туризма относятся изменения правового регулирования (ослабление или ужесточение визового и таможенного режима в ряде стран); развитие транспортной инфраструктуры и торговли, а также обеспечение безопасности путешествий.

2. Внутренние (эндогенные) факторы – это факторы, воздействующие непосредственно в сфере туризма. К ним относятся, прежде всего, материально-технические факторы, имеющие важнейшее значение для развития туризма. Главный из них связан с развитием социокультурной инфраструктуры рекреационной сферы (предприятия общепита, розничная торговля, наличие условий для культурно-досуговой деятельности: библиотеки, концертные залы, клубы, стадионы.)

Перечисленные выше факторы, в свою очередь, подразделяются на экстенсивные, интенсивные и сдерживающие (негативные).

К экстенсивным факторам относятся: рост численности работников; увеличение количества вовлекаемых в хозяйственный оборот материальных ресурсов; строительство новых объектов туризма с техническим уровнем существующих.

В качестве интенсивных факторов принято выделять следующие: повышение квалификации персонала; развитие профессионально-квалификационной структуры; техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов НТП, включая реализацию целевых программ улучшения культуры и качества обслуживания, индустриализации, технологизации и компьютеризации туризма; рациональное использование имеющихся материальных ресурсов, объектов и маршрутов и т.д.

К сдерживающим факторам развития туризма относятся: кризисы, милитаризация экономики, рост внешней задолженности, политическая нестабильность, рост цен на предметы потребления, безработица, забастовки, криминогенная обстановка, финансовая нестабильность (инфляция, стагнация валют), сокращение объемов личного потребления, неблагополучие экологической ситуации, банкротство туристских фирм.

Следует отметить, что среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, особое значение имеет фактор сезонности. Для некоторых видов туризма характерны сезонные колебания. В этой связи туристические потоки заметно ослабевают зимой или летом. Турфирмы предпринимают ряд мер, направленных на уменьшение сезонных спадов, например, введение сезонной дифференциации цен (разница в величине тарифов на проживание в гостиницах в зависимости от сезона может достигать 50 %), развитие тех видов туризма, которые не подвержены сезонным колебаниям – конгрессный, деловой.

Таким образом, социокультурный потенциал сферы туризма предполагает наличие развлекательных, рекреационных познавательных, оздоровительных, лечебных, профессионально-деловых и других возможностей, для удовлетворения различных социокультурных потребностей личности в сфере досуга. Степень удовлетворения этих потребностей выражается в социокультурной эффективности туризма как области жизнедеятельности личности.

На основе всего вышеизложенного приходим к следующим выводам.

Туризм – это специфический вид досуговой деятельности личности, который все больше привлекает к себе внимание исследователей различных специальностей. Анализ их точек зрения показывает, что представления о соотношении свободного и досугового времени, а также времени рекреации и времени отдыха нуждаются в уточнении. Туризм, являясь разновидностью досуга и частным случаем путешествия, подлежит отдельному изучению. На основе рассмотрения различных подходов к исследованию туризма, можно дать следующее определение. Туризм – это вид досуга, связанный с временным перемещением людей с места своего постоянного проживания в другую страну или другую местность в пределах своей страны. Оно осуществляется в свободное время, с целями получения удовольствия, познания, отдыха, оздоровления, лечения, посещения гостей, но без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания. Туризм взаимодействует с рекреацией, так как сочетает в себе такие виды деятельности как расширение познания и восстановление сил.

В современных условиях туризм является неотъемлемой частью жизни человека, так как представляет собой одну из сфер досуговой жизнедеятельности личности, являясь при этом одним из эффективных средств удовлетворения его социокультурных потребностей. Аксиологический анализ туризма предполагает его исследование с точки зрения возможностей реализации социокультурных ценностей в этой сфере жизнедеятельности. Для этих целей уместно использование теоретико-методологических процедур социокультурного и субъектно-деятельностного подходов.

Досуговые ценности - это результаты разнообразной деятельности людей, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп в сфере досуга. Туризм является устойчивым видом досуговой активности личности, направленной на удовлетворение потребностей личности в сохранении и укреплении здоровья, познании, общении, саморазвитии, развлечениях и т.д.

 Социокультурная потребность в туризме – это состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых для его существования и развития, и выступающее источником его активности. Разветвленная структура досуговых потребностей, специфика ценностного сознания современного человека, а также особенности социального, культурного и экономического статуса различных социальных групп определяют многообразие туристских мотивов, которые оказывают значительное влияние на выбор досуговой деятельности личности. Поэтому мотивация в туризме зависит как от досуговых потребностей, так и от ценностей, которые воздействуют на восприятие личностью окружающего мира и его поведение.

Социокультурный потенциал сферы туризма - это наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туристских услугах. Для более детального рассмотрения социокультурного потенциала сферы туризма необходимо проанализировать современные виды туризма и провести их классификацию по следующим признакам: национальная принадлежность; цель поездки; транспортные средства, используемые на маршруте; способы передвижения; средства размещения туристов; время путешествия; продолжительность путешествия; состав группы; организационные форм; принципы формирования цены на продукт.

Многообразие видов туризма определяет и разносторонняя функциональная нагрузка этой сферы жизнедеятельности. Основными функциями туризма являются: экономическая, рекреационная, гедонистическая, познавательная, мировоззренческая и аксиологическая. При этом различные виды туризма реализуют иногда одновременно несколько функций. Таким образом, с учетом разнообразия видов и функций, сфера туризма обладает всеми необходимыми возможностями для реализации досуговых потребностей личности, степень удовлетворения которых выражается в социокультурной эффективности туризма как области жизнедеятельности личности.

1. Культура досуга / Под. ред. В.М. Пича, И.В. Бестужева-Лада, В.М. Димова и др. – Киев, 1990. – С.8-9. [↑](#footnote-ref-1)
2. См.: Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. – М, 2005. – С. 56. [↑](#footnote-ref-2)
3. См.: Батнасунов А.С. Досуг как сфера жизнедеятельности современной российской молодежи: Дисс... канд. социол. наук. – Ставрополь, 2004. - С. 37. [↑](#footnote-ref-3)
4. См.: Патрушев В.Д. Использование совокупного времени общества. – М., 1978. – С.198-200; Чернов И.В. Бюджет времени и организация труда. – Ростов н/ Д, 1981. – С. 113-117. [↑](#footnote-ref-4)
5. См.: Артемов В.А. Социальное время: Проблемы изучения и использования. - Новосибирск, 1987; Орлов Г.П. Свободное время и личность. - Свердловск, 1983. [↑](#footnote-ref-5)
6. См.: Краткий словарь по социологии. / Под общ. ред. Д. М. Гвишиани, Н.И. Лапина – М., 1998. – С. 60. [↑](#footnote-ref-6)
7. Грушин Б.А. Свободное время. Актуальные проблемы. – М., 1967. – С. 100. [↑](#footnote-ref-7)
8. См.: Трегубов Б.А. Свободное время молодежи: сущность, типология, управление. – СПб., 1991. – С. 44-56. [↑](#footnote-ref-8)
9. Минц Г.И. Свободное время: желаемое и действительное. - М., 1978. – С. 4. [↑](#footnote-ref-9)
10. Кравченко А.И. Социология: словарь. – М., 1997. – С. 37-38 [↑](#footnote-ref-10)
11. Dumazedier J. Tempssociaux. Temps libre. – Montreal, 1982. – P. 29. [↑](#footnote-ref-11)
12. Dumazedier J. Ver une civilization du loisir? – P., 1962. – P.347. [↑](#footnote-ref-12)
13. Kaplan M. Leisure in Amerika: A social Inquiry. – N.Y., 1960. – P. 24 [↑](#footnote-ref-13)
14. См.: Шопенгауэр А. Афоризмы житейской мудрости. – М., 1990 – С.195. [↑](#footnote-ref-14)
15. Зборовский Г.Е., Орлов Г.П. Досуг: действительность и иллюзия. – Свердловск, 1970. – С. 232. [↑](#footnote-ref-15)
16. См.: Орлов А.С. Концепция социологии рекреации // Социологические исследования. – 1990. - № 9. - С. 102-103. [↑](#footnote-ref-16)
17. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М.,1995. - С.30. [↑](#footnote-ref-17)
18. Российский энциклопедический словарь // http://enc.mail.ru [↑](#footnote-ref-18)
19. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. – М., 2004. - С. 64. [↑](#footnote-ref-19)
20. См.: Там же. – С. 92. [↑](#footnote-ref-20)
21. См.: Зорин И.В. Рекреационная сущность экологического туризма // Теория и практика физической культуры.– 2002. - № 11. - С. 54. [↑](#footnote-ref-21)
22. См.: Николаенко Д.В. Рекреационная география. - М., 2003. – С. 12. [↑](#footnote-ref-22)
23. См.: Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М., 1981. – С. 18. [↑](#footnote-ref-23)
24. См.: Николаенко Д.В. Рекреационная география. - М., 2003.– С. 17. [↑](#footnote-ref-24)
25. См.: Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Цит. соч. – М, 2005. – С. 10. [↑](#footnote-ref-25)
26. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Цит. соч. – М, 2005. – С. 38. [↑](#footnote-ref-26)
27. Орлов А.С. Социология рекреации. – М., 1995.– С.3. [↑](#footnote-ref-27)
28. См.:Петровский В.С. Туризм как общественное явление // Спутник туриста. - Киев, 1983. - С. 7-9. [↑](#footnote-ref-28)
29. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Цит. соч. – М, 2005. – С. 282. [↑](#footnote-ref-29)
30. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. – М., 2004. - С. 16. [↑](#footnote-ref-30)
31. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Цит. соч. – М, 2005. – С. 282. [↑](#footnote-ref-31)
32. Акимова Л.А. Социология досуга. – М., 2003. – С. 58. [↑](#footnote-ref-32)
33. См.: Квартальнов В.А. Туризм. – М., 2003. – С.20-21. [↑](#footnote-ref-33)
34. См.:Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Цит. соч. – М, 2005. – С. 282. [↑](#footnote-ref-34)
35. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб., 1999. - С. 20. [↑](#footnote-ref-35)
36. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Цит. соч. – М, 2005. – С. 282. [↑](#footnote-ref-36)
37. См.: Там. же. – С. 281. [↑](#footnote-ref-37)
38. См.: Щеглов С.Е. Динамика и тенденции развития туризма в России // Социальная политика и социология. - 2004. – №2. – С.175-176. [↑](#footnote-ref-38)
39. См.: Серый А.В., Яницкий М.С. Ценностно-смысловая сфера личности. – Кемерово, 1999. – С. 5. [↑](#footnote-ref-39)
40. Лапин Н.И. Социокультурный подход и социально-функциональные структуры // СОЦИС. – 2000. - № 7. – С. 3. [↑](#footnote-ref-40)
41. См.: Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. – СПб., 2000. [↑](#footnote-ref-41)
42. См.: Сорокин П.А. Человек. Цивиллизация. Общество. – М., 1992. [↑](#footnote-ref-42)
43. См.:Денисов Н.Г. Субъекты социокультурного развития для XXI века: региональные аспекты. – Краснодар, 1999. – С. 34-36. [↑](#footnote-ref-43)
44. См.: Курбатов В.И., Курбатова О.В. Социальное проектирование. – Ростов-на-Дону, 2001. [↑](#footnote-ref-44)
45. См.:Николов Л. Структуры человеческой деятельности. – М., 1984. – С. 154. [↑](#footnote-ref-45)
46. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. – М., 1986. – С. 83. [↑](#footnote-ref-46)
47. См.: Леонтьев Д.А. Ценности и ценностные представления // http://ihtik.lib.ru/ [↑](#footnote-ref-47)
48. См.:Щитова Н.А. География образа жизни: теория и практика регионального исследования. - Ставрополь, 2005. – С. 27. [↑](#footnote-ref-48)
49. См.: Бестужев-Лада И.В. Прогнозирование социальных потребностей // Прогнозирование социальных потребностей. – М., 1976. [↑](#footnote-ref-49)
50. Маркс К., Энгельс Ф. Полное собрание сочинений. - М., 1969. - Т.46. – С. 245. [↑](#footnote-ref-50)
51. См.:Общая психология / Под. ред. А. Маклакова. – СПб., 2003. – С. 521-523. [↑](#footnote-ref-51)
52. Концепции современного естествознания / Под ред. С.И. Самыгина. – Ростов н/Дону, 1997. – С. 309-311. [↑](#footnote-ref-52)
53. См.:Психология. Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М., 1990. [↑](#footnote-ref-53)
54. См.:Мутьева М. Ценности. Западный, советский, русский образ жизни // <http://www.soc.pu.ru/materials/golovin/ui_1999/#1> [↑](#footnote-ref-54)
55. См.:Фаулер Б. Пьер Бурдье и теория культуры: критический анализ // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. - Сер. 11. «Социология». – М., 1999. – №3. – С. 12-20. [↑](#footnote-ref-55)
56. См.:Батнасунов А. С. Досуг как сфера жизнедеятельности современной российской молодежи: Дисс... канд. социол. наук. – Ставрополь, 2004. – С. 50-53. [↑](#footnote-ref-56)
57. См.:Dumazedier J. Ver une civilization du loisir? – P., 1962. – Р. 347. [↑](#footnote-ref-57)
58. Энциклопедический социологический словарь / Под ред. Г.В.Осипова. - М., 1995. – 940 с. [↑](#footnote-ref-58)
59. См.:Трансформация способов и стилей жизни в постсоветском социальном пространстве // Соц. исс. под рук. А.А. Возьмителя. – М., 2002. [↑](#footnote-ref-59)
60. См.:Щеглов С. Е. Динамика и тенденция развития туризма в России // Социальная политика и социология. – 2004. - №2. – С. 175-176. [↑](#footnote-ref-60)
61. См.: Ердавлетов С. Р. География туризма. - Алматы, 2000. [↑](#footnote-ref-61)
62. См.: Rojek Ch. Disney culture // Leisure studies. - 1993. - № 12. - P. 21-135; Rojek Ch. Decentring leisure: rethinking leisure theory. - London, 1995; Urry J. The Tourist gaze: leisure and travel in contemporary society. - London, 1990; Ritzer G. The McDonalds thesis. - London, 1998. [↑](#footnote-ref-62)
63. См.:Квартальнов В.А. Туризм. – М., 2003. – С. 93-98. [↑](#footnote-ref-63)
64. См.:Квартальнов В.А. Цит. соч. – М., 2003. – С. 94. [↑](#footnote-ref-64)
65. См.: Там же. – С. 100-108. [↑](#footnote-ref-65)
66. См.:Квартальнов В.А. Туризм. – М., 2003. – С. 93-98.; Туризм и гостиничное хозяйство. – М. – Ростов н/Д., 2005. – С. 9-13; Александрова А.Ю. Международный туризм. – М., 2004. – С. 15-32; См.: Карпова Г.А. Экономика современного туризма. – М.-СПб, 1998. [↑](#footnote-ref-66)
67. См.: Экотуристский рынок Германии // Специальный доклад ВТО. - Мадрид, 2001. - № 10. [↑](#footnote-ref-67)
68. См.:Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. - М., 2005. – С. 241. [↑](#footnote-ref-68)
69. См.: Панов И.Н. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территорий // Вестник МГУ. - Сер. 5. «География». - 1998. - №6. – С. 13-18. [↑](#footnote-ref-69)
70. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. – М., 2004. - С. 272. [↑](#footnote-ref-70)
71. См.:Вавилова Е.В. Основы международного туризма. – М., 2005. – С. 17. [↑](#footnote-ref-71)
72. См.:Туризм и гостиничное хозяйство / Под. ред. Л.П. Шматько. – М.–Ростов н/Д., 2005. - С. 16. [↑](#footnote-ref-72)
73. Туризм и гостиничное хозяйство / Под. ред. Л.П. Шматько. – М.–Ростов н/Д., 2005. - С. 10-11. [↑](#footnote-ref-73)
74. См.:Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. - М., 2005; Александрова А.Ю. Международный туризм. - М., 2001. [↑](#footnote-ref-74)
75. Формы, виды и разновидности туризма // http: // www. vtur.ru/agency/effmanegment/eff-05. htm [↑](#footnote-ref-75)
76. См.:Туризм и гостиничное хозяйство / Под. ред. Л.П. Шматько. – М.–Ростов н/Д., 2005. - С. 13-14. [↑](#footnote-ref-76)
77. См.:Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. - М., 2005. – С. 286. [↑](#footnote-ref-77)
78. Туризм и гостиничное хозяйство / Под. ред. Л.П. Шматько. – М.–Ростов н/Д., 2005. - С. 14. [↑](#footnote-ref-78)
79. См.:Биржаков М.Д. Введение в туризм. – СПб, 1999. - С. 358-359. [↑](#footnote-ref-79)
80. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. – М., 2004. - С. 284. [↑](#footnote-ref-80)
81. См.:Пиронских И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве. - М., 1996. – С. 27. [↑](#footnote-ref-81)
82. См.:Александрва А.Ю. Международный туризм. – М., 2004. – С. 25. [↑](#footnote-ref-82)
83. Туризм и гостиничное хозяйство / Под. ред. Л.П. Шматько. – М.–Ростов н/Д., 2005. - С. 15. [↑](#footnote-ref-83)
84. Там же. - С. 16. [↑](#footnote-ref-84)
85. См.:Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. – М., 2003. – С. 59. [↑](#footnote-ref-85)
86. Формы, виды и разновидности туризма // http: // www. vtur.ru/agency/effmanegment/eff-05. htm [↑](#footnote-ref-86)
87. См.:Биржаков М.Б. Введение в туризм: Путешествия. Туризм и турист. Туристская деятельность. Туристская индустрия. – М.-СПб., 2003. – С.70-74. [↑](#footnote-ref-87)
88. См.:Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. – М., 2004. - С. 292-293. [↑](#footnote-ref-88)
89. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Цит. соч. [↑](#footnote-ref-89)