**Введение**

На рубеже XX-XXI веков наиболее интенсивным становится развитие индустрии туризма, совершенствуются средства транспорта и связи, что создает возможность посещения святых мест своей религии большими массами верующих людей. Одновременно, у людей верующих и неверующих возникает желание приобщиться к духовным ценностям народов других стран, понять суть их религии, познать историю религии своего народа и иных этносов.

**Новогодние предпочтения российских туристов**

В настоящее время в условиях глобализации, постиндустриализации и информатизации современных обществ возникают разнообразные формы досуговой деятельности, формируются новые традиции проведения досуга, новые обряды и обычаи, как в рамках повседневности, рутинности, так и в праздничные периоды. Данные процессы затрагивают все развитые общества, присущи они и России. Так, один из самых традиционных праздников, отмечаемых россиянами ежегодно, - Новый год, сохраняет некоторые архаические черты, включает некоторые обновленные традиции и обычаи, сформировавшиеся, в частности, в XX веке. Но в последнее десятилетие намечается тенденция формирования совершенно новых традиций, связанных со встречей Нового года за пределами обычной среды. Соответственно, возникает и ежегодно растет спрос среди россиян на новогодние туристские поездки. В научной литературе выделяется несколько основных групп новогодних предпочтений россиян: поездки в туристские центры – «места обитания Деда Мороза», отдых в горах, средняя полоса России, пляжные направления. Самые «новогодние туры», которые выбирают российские туристы, - это поездка в Финляндию, где в Лапландии, прямо на границе с полярным кругом, «живет» настоящий Санта-Клаус; и путешествие в российский Великий Устюг, где с недавних пор «поселился» российский Дед Мороз. Популярность горнолыжных курортов как мест встречи Нового года среди россиян была предопределена еще в 2000 г., когда президентом России стал В.В. Путин. Выяснилось, что новый президент имеет хорошую горнолыжную подготовку. В литературе отмечается, что самые «раскрученные» и дорогие горнолыжные курорты находятся в Швейцарии и во Франции по причине наличия наиболее выгодных природных ресурсов и развитой туристской индустрии и инфраструктуры.

По статистике Францию и Швейцарию посещают большие компании единомышленников и семейные пары. Постепенно по уровню популярности к французским и швейцарским приближаются австралийские лыжные курорты, которые находятся в среднем ценовом сегменте. Среди других горнолыжных курортов, куда предпочитают ездить для встречи Нового года россияне, можно отметить курорты Андорры, Германии, Чехии, Испании, Словакии, Финляндии, Норвегии, а также Болгарии. Среди россиян также растет интерес к внутреннему туризму, в том числе и горнолыжному. Достоинствами российских новогодних туров являются: отсутствие визовых барьеров, привычная атмосфера, относительно невысокие цены и набор любимых зимний развлечений (водка, баня и т.д.). Причем, эти достоинства «перевешивают» главный недостаток российских туров – традиционно низкий уровень сервиса. Следует отметить, что спрос на новогодние туры на внутреннем рынке превышает предложение, и бронировать места даже в самых дорогих санаториях необходимо за пару недель до заезда. Все более популярным становится празднование Нового года в теплых экзотических странах. Российские туроператоры с каждым годом расширяют спектр предложений на направлениях «зимнего солнца». Так, Египет является одним из наиболее популярных направлений по следующим причинам: теплая погода, знание русского языка персоналом отелей, низкие цены на размещение в гостиницах и авиабилеты. Другими предпочитаемыми россиянами направлениями новогодних туров являются: Таиланд, Объединенные Арабские Эмираты, Шри-Ланка, Куба, Бали, Гоа, Иордания и Сейшелы, Мальдивы, Малайзия и Филиппины. Следует отметить, что происходит увеличение спроса российских путешественников на экскурсионно-познавательные автобусные туры в первых числах января (в Чехию, Венгрию, Польшу, Хорватию, Англию и Францию). Многие российские туристы также выбирают морские круизы (например, по Средиземноморью). Организация различных новогодних мероприятий и разработка новогодних туров предполагает изучение туристских ориентаций и предпочтений различных социальных групп. С целью изучения новогодних предпочтений студентов и преподавателей Тверского государственного технического университета в ноябре-декабре 2007 года нами было проведено прикладное социологическое исследование методом анкетирования. Объем выборочной совокупности составил 100 человек. Из них 80% составили студенты различных курсов и специальностей, 20% - преподаватели различных кафедр университета, представляющие различные возрастные группы. В опросе участвовало 53% респондентов мужского пола и 46% - женского пола. В ходе исследования было выявлено, что большинство респондентов собирается встретить Новый 2008 год дома. Что же касается пожеланий, то празднование Нового года вне дома является более предпочтительным для студентов, чем для преподавателей. Так, всего 42,9% опрошенных студентов хотели бы встретить Новый год у себя дома. Большинство же студентов предпочло бы отметить новогодние праздники на горнолыжном курорте (25,7%), экзотично, в теплой стране (15,7%), в экскурсионном туре (5,7%). Преподаватели же более консервативны, так как подавляющее их большинство не только собирается, но и предпочитает встречать Новый год дома (75% от общего числа преподавателей). Кроме того, те преподаватели, которые хотели бы в новогодние праздники оказаться вне дома, предпочитают, в отличие от студентов, экскурсионные туры горнолыжным курортам и экзотическим странам. Проведенное исследование показало, что преподаватели и студенты слышали о следующих предложениях турфирм на Новогодние праздники (каникулы): поездки за границу, в том числе в Финляндию, Турцию, Египет (20% от общего количества ответов); организация новогодних праздников в России, в том числе в районе озера Селигер, в Великом Устюге, Москве, Санкт-Петербурге, Сочи (14,1%); поездки на турбазы (5,9%), в горы (2,4%). Но также было выявлено, что большинство опрошенных вообще не осведомлено о предложениях турфирм на Новогодние праздники (каникулы), причем, среди данной группы респондентов преобладают студенты, которые, как правило, принимают решение о поездке самостоятельно (32,1% от общего числа ответов студентов), либо используют в качестве консультантов родственников и знакомых (47,6%). Преподаватели же помимо консультаций с родственниками и знакомыми (45,5%) в процессе принятия решения о поездке пользуются услугами турфирм (22,7%) и ориентируются на информацию, полученную по каналам СМИ (13,6%). Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что в России сохраняется традиция встречи Нового года дома, в кругу семьи и друзей, но в то же время возрастает потребность, особенно у молодежи, в проведении новогодних праздников вне дома и осуществлении в их рамках активной досуговой деятельности.

**Перспективы развития религиозного туризма в Тверской области: взгляды студенческой молодежи**

Религиозный туризм является самостоятельным видом туризма и включает в себя виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды. Выделяют ряд разновидностей религиозного туризма: паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионной направленности.

Паломнический туризм как разновидность религиозного туризма представляет собой совокупность поездок представителей различных религий с поклонения святым местам. Совершать паломничества людей побуждает много различных мотивов. Это желание исцелиться от физических или душевных недугов, помолиться за родных и близких, обрести благодать, набраться сил, сделать какую-нибудь работу (строительство, уборка территории монастыря и т.д.). Паломничество может быть обусловлено также стремлением выразить благодарность высшим силам за блага, ниспосланные ими, проявить преданность вере, испытать собственные намерения и способности к подвижничеству, обрести смысл жизни. Паломник в большинстве случаев – глубоко религиозный человек с уже сложившейся системой ценностей. Он готов на время поступиться привычным образом жизни: кругом общения, удовольствиями, питанием для достижения своих духовных и нравственных целей. Идея паломничества подразумевает действия в условиях определённых трудностей, добровольно взятые на себя обязательства быть в этих условиях. В рамках религиозного туризма экскурсионно-познавательной направленности предполагается посещение религиозных центров, в которых туристы-экскурсанты смогут увидеть религиозные объекты – действующие культовые и памятные, побывать в музеях и на выставках. Туристы, не обязательно верующие, посещают богослужения, принимают участия в крестных ходах, медитациях, других религиозных мероприятиях. Следует иметь в виду, что туристы-экскурсанты, в том числе представители других религий, могут попасть не на все мероприятия. Так, в некоторые индуистские храмы пускают только индусов. Мекка является священным городом для мусульман, немусульманам туда въезд запрещён. Всё это следует учитывать при планировании туров. Следует отметить, что религиозный туризм как один из его видов играет большую роль в системе международного и внутреннего туристских обменов. Религия влияет на формирование самосознания и стереотипов поведения людей, она выступает важнейшим элементом общественной системы, поэтому религиозный туризм сегодня является одним из самых перспективных направлений. Эффективное развитие религиозного туризма возможно при условии учета предпочтений туристов в процессе организации туров и предоставлении услуг на маршруте. С целью выявления представлений студенческой молодежи о перспективах развития религиозного туризма в Тверской области в ноябре-декабре 2007 года нами было проведено социологическое исследование. В качестве опросного метода использовался метод анкетирования. Было опрошено 100 человек, обучающихся в Тверском государственном техническом университете по разным специальностям и принадлежащих к различным возрастным группам.

Анализ полученных данных показал, что большинство респондентов слышало о существовании религиозного (паломнического) туризма. Но подавляющая часть молодых людей знает об этом виде туризма очень немного, не дифференцируя паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Под религиозным ими понимается, прежде всего, именно паломнический туризм – посещение святых мест, поклонение мощам и совершение молитв (41% от общего числа ответов). Лишь 1/5 часть респондентов отметила, что религиозный туризм включает также посещение монастырей, церквей, храмов с целью узнать новое о религии, архитектуре, истории. В целом, респонденты оценили влияние, которое оказывает религиозный туризм на мировоззрение людей, как положительное. В качестве наиболее известного объекта религиозного и паломнического туризма в Тверской области студенты ТГТУ назвали Нило-Столобенскую пустынь, ими также упоминались: Вознесенский Оршин женский монастырь, Часовня Оковецкой иконы Божией Матери и Оковецкий святой источник, церкви Твери (церковь Белая Троица и др.), Борисоглебский монастырь в г. Торжке и другие церкви Торжка, религиозные объекты Старицы. В ходе проведения исследования было выявлено, что для развития религиозного туризма в Тверской области необходима реконструкция уже существующих религиозных объектов (47,4% от общего числа ответов), включение в туры новых объектов (22,6%) и разработка новых религиозных маршрутов (18,2%). Основными трудностями, которые возникают при создании новых религиозных туров, по мнению респондентов, являются: плохое состояние объектов религиозного туризма (26,7% от общего количества упоминаний), плохое состояние дорог (26,2%) и неуважение современного молодого поколения к религиозным традициям (24,9%). Большинство респондентов отметило, что для интенсификации развития религиозного туризма необходимо разрабатывать комбинированные туры (религиозно-познавательные, религиозно-экологические, религиозно-оздоровительные), а также экскурсии на религиозную тематику. Следует отметить, что хотя подавляющая часть респондентов не принимала участие в религиозных турах, большинство из них (особенно девушек) хотело бы все-таки принять участие в религиозной или паломнической поездке (51,7%). Подобные потребительские ориентации, на наш взгляд, создают реальную основу для развития религиозного туризма в Тверской области при условии реставрации памятников культовой и храмовой архитектуры и развития туристской инфраструктуры региона.

**Представления студенческой молодежи о роли фотосъемки в туристском путешествии**

На рубеже XX-XXI веков в условиях глобализации и информатизации современных обществ происходит процесс виртуализации социальной действительности. Виртуализация представляет собой процесс конструирования некой «другой», идеальной, воображаемой реальности, которая, являясь подобием материальной, замещает ее, приобретает статус основной.

В настоящее время благодаря информационным и телекоммуникационным технологиям создаются различные виртуальные «миры»: «виртуальная корпорация», «виртуальная демократия», «виртуальные деньги», «виртуальное общение» и т.д. Следует отметить, что существенную роль в конструировании этих множественных «миров» играет визуализация, то есть представление объектов и явлений в образной, чувственно воспринимаемой форме. Визуализация сокращает путь к идеальному, воображаемому, виртуальному, так как образы идей и вещей лучше воспринимаются и запоминаются, дают возможность получить больше эмоций и впечатлений.

Необходимо отметить, что с распространением сначала «мыльниц», а затем цифровых фотокамер приобретает массовый характер процесс визуализации социального пространства посредством фотографии.

Особую роль фотография начинает играть в сфере туризма. Современное туристское путешествие превратилось в нескончаемый процесс фотографирования, причем, часто без цели, без эстетики, без понимания смысла визуального. Объяснение этому феномену в социологии дается через введение понятия «синдром Кодака». «Синдром» связан с тем, что турист, делая бесконечные серии снимков, стремится «захватить» и, в конечном счете, «присвоить» часть символического пространства и стать его обладателем. Визуальные образы становятся его символическим и виртуальным «сокровищем».

Фотосъемка в настоящее время сопровождает практически любое туристское путешествие. Причем, существуют специфические особенности фотосъемки, например, при дайвинге, при фотосафари или при съемке городских достопримечательностей. В различных видах туристских путешествий учитываются особенности аппаратуры, одежды, вспомогательных материалов, организации фотосъемки, так как от этого зависит не только качество снимков, но и впечатления от поездки в целом.

И, хотя качественное оборудование и само путешествие стоят определенных материальных затрат, люди готовы потратить деньги ради открытия неизведанного, получения новых невероятных ощущений, и создания потрясающих снимков.

Процессы, указанные выше, актуализируют исследования, направленные на выявление представлений различных категорий населения о смысле визуального, о значении фотосъемки в любой социальной деятельности, в том числе и в туризме.

С целью изучения представлений студентов о роли фотосъемки в туристском путешествии нами в ноябре-декабре 2007 года было проведено социологическое исследование с использованием метода анкетирования. В качестве объекта исследования выступили студенты Тверского государственного технического университета. Объем выборочной совокупности составил 100 человек.

Результаты исследования показали, что основная масса респондентов путешествует раз в год или реже, причем девушки путешествуют чаще, чем юноши. Самая длительная продолжительность туристских поездок студентов составляет месяц, самая короткая – выходные дни. Большинство студентов отдыхает в России (66,4% от общего числа респондентов) и Европе (13,7%). В меньшей степени молодые люди предпочитают отдыхать в Азии, Ближнем Зарубежье, Северной Америке. Отправляясь в путешествие, большая часть респондентов (73,3%) берет с собой фотокамеру. Причем, предпочтение отдается цифровой фотокамере (76,7% опрошенных студентов), наиболее удобной и доступной по цене (с учетом того, что цена фотокамеры оказалась наименее значимым критерием при ее выборе), обладающей значительной по объему памятью, позволяющей получить хорошие фотоснимки и хранить их в электронном виде. Некоторые студенты пользуются также «мыльницами» и камерами на мобильном телефоне, но их число в настоящее время невелико.

В ходе исследования было выявлено, что в рамках туристского путешествия молодые люди предпочитают пользоваться фотокамерой в следующих ситуациях: во время самостоятельной прогулки (30,4% от общего числа ответов), в процессе самостоятельного осмотра достопримечательностей (25,2%), а также в ходе организованных экскурсий (24,4%). В качестве главных объектов фотографирования во время путешествия выступают: сам турист и его друзья (33% от общего числа ответов), а также памятники архитектуры (23,5%), а, возможно, и фотографирование этих двух объектов вместе, например, турист на фоне памятника архитектуры. Причем, основными причинами фотографирования во время путешествия именно себя и друзей, а также памятников архитектуры, как среди юношей, так и среди девушек является наибольший интерес к этим объектам (47,7% от общего числа объектов), возможность сохранить их образы «на память» (11,9%), а также красота этих объектов (11,9%). Следует отметить, что мнения по вопросу о том, в каких видах туризма использование фотокамеры является предпочтительным и даже необходимым, среди юношей и девушек разделились. Так, юноши считают, что использовать фотокамеру необходимо, прежде всего, в экстремальном виде туризма (30,9% от общего числа ответов юношей), и лишь затем – в познавательном (30,1%) и экологическом (16,9%) турах. Для девушек же предпочтительнее использовать фотокамеру, прежде всего, в познавательном (33,7% от общего числа ответов девушек), и лишь затем в экологическом (21,4%) и экстремальном (20,2%) видах туризма. В меньшей степени, по мнению, как юношей, так и девушек, использование фотокамеры необходимо в религиозном туре.

**Заключение**

Можно предположить, что все это отчасти вызвано определённым кризисом религий, наступившим в связи с бурными изменениями всех сторон жизни человечества в последние несколько десятилетий. Происходят подобные процессы и в российском обществе, которые вызваны, помимо перечисленных причин, также стремлением возродить традиции русского православия. Все эти процессы способствуют развитию религиозного туризма как в мире, в целом, так и в России, в частности.

Отвечая на вопрос о роли фотосъемки в туристском путешествии, студенты отметили, что фотосъемка для них – это, прежде всего, возможность сохранить в фотографии и позднее освежить свои впечатления, эмоции, полученные в ходе поездки (50,9% от общего числа ответов). Фотография в туристской поездке, по мнению опрошенных студентов, важна тем, что дает возможность в точности запечатлеть людей, предметы, природу, исторические памятники (23,8%), позволяет сплотить людей, фотографирующихся вместе. Кроме того, процесс фотографирования в туристском путешествии рассматривается респондентами как увлекательное занятие (15,9%). Фотографией можно заниматься и ради «искусства», и ради «смеха», фотографировать можно для того, чтобы поделиться своими переживаниями и эмоциями с другими людьми.

**Список литературы**

1. Горнолыжный отдых: куда склонится турпоток на сей раз? (2006) // Туризм. №10.
2. Итоги новогодних продаж (2008) // Туризм. №1.
3. Новогодние предпочтения россиян: по итогам предневогодних продаж (2006) // Туризм. №11.
4. Тенденции: Хотят ли русские зимы? // www.newsway.ru
5. Осипов Г. (2008) От святых монастырей до золотых пляжей // Турбизнес. №3 (516).
6. Христов Т.Т. (2009) Религиозный туризм. М.
7. Клемин А. (2008) Энергетика фотографии // Фотожурнал. №9.
8. Кузнецов Н. (2009) Искусство состояний // Фотожурнал. №10.
9. Штомпка П. (2007) Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник. М.