

УДК 1:37

Аксиологический аспект поддержания интереса к отечественному туризму в современных реалиях

Балаева Ольга ЕвгеньевнаКандидат философских наук,
доцент кафедры философии и социологии,Российский государственный университет физической культуры и спорта, молодежи и туризма,
105122, Российская Федерация, Москва, Сиреневый бульвар, 4;
e-mail: olga-balaeva@mail.ru

Аннотация

Научная статья посвящена анализу основных ценностей, которыми руководствуется современный россиянин, формируя свой выбор в пользу путешествий по родной стране. В первую очередь, по полуострову Крым. В данной статье автор систематизировал результаты опроса, который был проведен весной 2018 года среди сотрудников туристических фирм, принявших участие в профильных выставках этого периода («МИТТ 2018», «Интурмаркет 2018»), а также посетителей «Интурмаркет 2018» – потенциальных туристов данных турфирм. Предметом данного исследования выступают ценностные установки, влияющие на формирование интереса к туризму в России. Цель данного исследования – определить наиболее характерный набор ценностных установок, который влияет на формирование стойкого интереса у россиян к путешествиям по своей стране в целом и полуострову Крым в частности. Методы исследования носят интегрированный характер. С одной стороны, используются такие характерные общенаучные методы познания, как обобщение, классификация, анализ и синтез. С другой стороны, важное место для получения достоверной аксиологической информации занимает традиционный социологический метод опроса. Его дополняет контент-анализ, который позволяет проанализировать фирмы и организации, работающие по интересующему нас направлению. Результат исследования подтвердил, что большинство опрошенных туристов не ставят на лидирующие позиции при выборе места отдыха в своей стране духовно- нравственные ценности, также они не рассматривают в прямой связи наличие у себя патриотических чувств и гражданской ответственности с возникновением желания отдохнуть в Крыму.

Для цитирования в научных исследованиях

Балаева О.Е. Аксиологический аспект поддержания интереса к отечественному туризму в современных реалиях // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2018. Том 7. № 5А. С. 192-198.

Ключевые слова

Мораль, нравственность, профессиональная этика, прикладная этика, этические ценности.

Введение

Развитие внутреннего туризма выступает не только важным направлением успешного функционирования современной экономики любого государства, но и предполагает формирование у его граждан определенных морально-ценностных установок (патриотизм, гражданская ответственность), которые должны положительно влиять на комфортное существование человека в окружающем его социокультурном пространстве [Добреньков, Кравченко, 2017]. Таким образом, интерес к путешествиям по родной стране создает предпосылки для возникновения у личности важных ценностных ориентиров, которые, в свою очередь, реализуются в активной жизненной позиции, в умении успешно сочетать общественные и личностные субъективные предпочтения.

На основе вышесказанного автором формируется основная цель его аксиологического исследования – определить характерные ценностные установки российских туристов, которые играют наибольшую роль в формировании их интереса к регионам, изначально предполагающим высокий патриотический статус. Например, к республике Крым.

Основная часть

Для реализации данной цели автором изучается достаточно большой массив респондентов – сотрудников туристических фирм и туристов. Прикладные возможности интеграции методов современной этики с социологической исследовательской моделью позволяют ранжировать опрошенных по их предпочтениям с учетом их «привязанности» к внутреннему отечественному туризму [Биржаков, 2015; Горелов, 2007]. К этому можно добавить дополнительные возможности изучения мнения респондентов в рамках выставочного пространства, когда есть реальная возможность распознать своих потенциальных респондентов в зависимости от проявления их интереса к деятельности конкретных туристических фирм, специализирующихся на внутреннем туризме (рис. 1).



Рисунок 1 – Результаты ответа на вопрос Бывали ли Вы в Крыму?

В ходе исследования выяснилось, что около 70% опрошенных уже успели побывать в Крыму. Еще четверть респондентов указало в анкете стойкое желание там побывать в

ближайшее время, то есть среди тех, кто ни разу не были на полуострове, в три раза преобладают туристы, которые предпочитают это исправить.

Данные, полученные от респондентов-сотрудников туристических фирм, показывают, что преобладающая часть их постоянных клиентов выбирает Крым для проведения своего отдыха (85%). При этом большинство из них делает это очень часто, данное направление пользуется популярностью у 46% их туристов (рис. 2).

Как часто Ваши постоянные клиенты выбирают для отдыха Крым?



Рисунок 2 – Результаты ответа на вопрос Как часто Ваши постоянные клиенты выбирают для отдыха Крым?

Наиболее интересующий автора вопрос в контексте аксиологической проблематики его исследования звучал следующим образом: «Какие чувства Вы испытывали, пребывая в Крыму?». Вариантами ответов выступали: 1. Интеллектуальное удовольствие; 2. Чувство гордости за страну; 3. Заряд энергией и силой; 4. Физический и духовный отдых (рис. 3).

Какие чувства Вы испытывали, пребывая в Крыму?



Рисунок 3 – Результаты ответа на вопрос Какие чувства Вы испытывали, пребывая в Крыму?

Полученные данные позволяют нам сделать вывод о том, что чувство гордости за страну – не самое последнее чувство, которое испытывают отдыхающие, посещая Крым (22% респондентов выбрали именно этот вариант ответа).

С другой стороны, не стоит идеализировать и ситуацию, предполагая, что данные чувства являются приоритетными у туристов, выбирающих для своего отдыха Крым. Большее предпочтение было отдано таким вариантам ответов как: «заряд энергией и силами» 25% и «физический и духовный отдых» 32%. Поэтому можно сделать вывод, что для основного количества опрошенных традиционные ценностные установки продолжают играть ведущую роль. Им интересен Крым, в первую очередь, как оптимальное место для комфортного отдыха. Патриотические и гражданские ценностные установки усиливают их желание отдохнуть в данном регионе в последние годы, но не служат первопричиной этого выбора.

Для уточнения полученной информации респондентам-туристам был задан еще один вопрос: «Повлияло ли на Ваш выбор Крыма, как места отдыха, присоединение его к России?». (рис. 4)

Повлияло ли на Ваш выбор Крыма, как места отдыха, присоединение его к России?

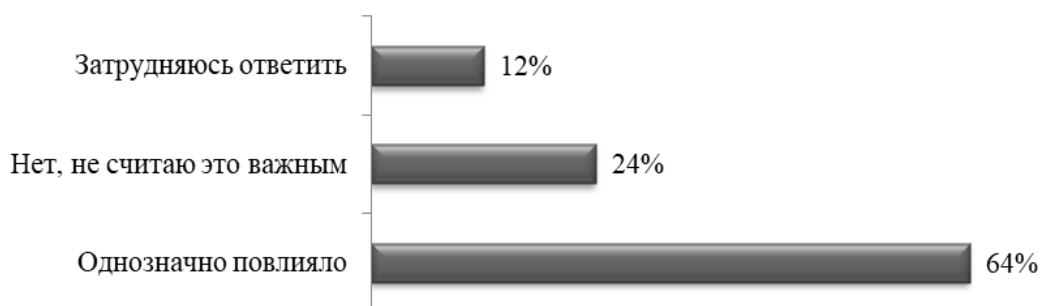


Рисунок 4 – Результаты ответа на вопрос Повлияло ли на Ваш выбор Крыма, как места отдыха, присоединение его к России?

Как видно из диаграммы, преобладающая часть опрошенных туристов (64%) признает, что присоединение Крыма к России, становление его субъектом их родной страны, повлияло на их выбор. Поэтому можно утверждать, что такие ценности, как патриотизм, гражданственность, чувство принадлежности к своей стране имеют в жизни немалого количества россиян большое значение. Это касается всех сфер жизнедеятельности, в том числе распространяется на туристическую сферу, предпочтения в отдыхе.

Заключительный вопрос также был связан с выбором респондентами-туристами из предложенных вариантов наиболее приемлемых для себя аксиологических установок, которые в конечном счете и формируют их личные предпочтения при организации своего отдыха (рис. 5).

Полученные ответы показали, что первоочередное значение для половины опрошенных (50%) продолжают играть комфортные условия на отдыхе с учетом предпочтений всех членов семьи. Таким образом, эта часть респондентов указывает, что независимо от духовно-культурной составляющей окружающих реалий, для них остаются в приоритете личные и семейные ценности.

Хотя культурные интересы, желание познакомиться с историей своего родного государства и его национальными традициями (44%), с его памятными местами и достопримечательностями (39%) также играют важную роль. Эти ценности продолжают ассоциироваться с привлекательным для себя образом места для отдыха. К этому присовокупляется и тот факт, что сегодня уже у большей части соотечественников современный Крым четко ассоциируется именно с русской культурой. Поэтому поездка для них в этот регион – это возможность нового знакомства с Россией, а не с чем-либо далеким и чужим.

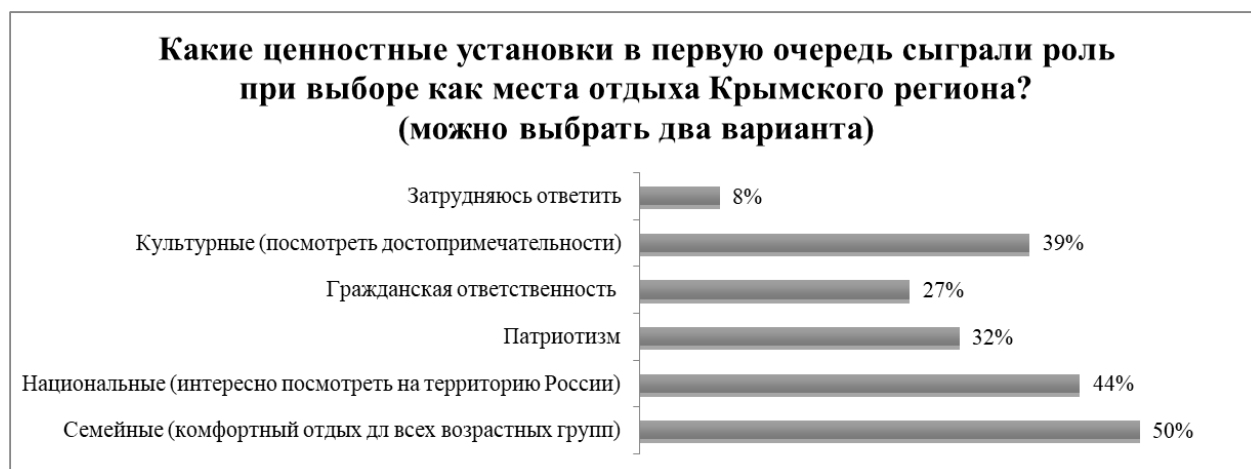


Рисунок 5 – Результаты ответов на вопрос Какие ценностные установки в первую очередь сыграли роль при выборе как места отдыха Крымского региона?

С другой стороны, автор видит, что комфортность, интерес к посещению природных и архитектурных достопримечательностей доминируют у туристов над причинами, связанными с патриотизмом и гражданской ответственностью. У большинства из них нечетко сформирована непосредственная связь между патриотическими, гражданскими чувствами и возникновением желания поехать на отдых в Крым. Постоянно слыша в отечественных СМИ пропагандистскую риторику, которая не выступает в противоречие с собственной мировоззренческой позицией, тем не менее, респонденты не руководствуются этими аксиологическими установками, как решающими при выборе своих туристических предпочтений.

Заключение

Проведенное автором исследование показало, что на развитие туризма в современных условиях влияют различные социально-культурные факторы: материальное положение, уровень образования, представление о комфорте, жизненные установки и ценности. При этом не стоит идеализировать ситуацию, выдавая желаемое за действительное положение дел.

Как показали результаты опроса, большинство туристов, признавая, как важные для себя ценности – патриотизм, гражданскую ответственность; при непосредственной организации отдыха для себя и своей семьи, продолжают руководствоваться традиционными установками, которые напрямую не связаны с духовно-нравственной плоскостью.

Поэтому недавнее присоединение Крыма к России влияет на их выбор, но не является доминирующим, основополагающим фактором. Это лишь для них дополнительный стимул в рассмотрении данного места в контексте своего отдыха.

Библиография

1. Биржаков М.Б. Проблемы регионального планирования туризма. Туризм в малых городах. Туристские фирмы // Невский Фонд. 2015. № 19. С. 41.
2. Горелов А.А. Этика. М.: Флинта, 2007. С. 415.
3. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы.
4. Добренков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. М.: Инфра, 2017. С. 76.
5. Кравченко А.И. Методология и методы социологических исследований. Люберцы: Юрайт, 2016. С. 828.
6. Михеева Н.А. Туризм как предмет социологии. Сб.: IV. Очередной Всероссийский социологический конгресс «Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие». 2012. С. 6469-6473.
7. Постановление Совета министров Республики Крым «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017-2020 годы».
8. Путрик Ю.С. Современные тенденции развития туризма в России как фактор формирования патриотического сознания молодежи // Научные труды Московского государственного университета. 2015. №3. С. 69-76.
9. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».
10. Федеральный конституционный закон «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя».

Value aspect of maintaining the interest to national tourism in today's reality

Ol'ga E. Balaeva

PhD in Philosophy,
Associate Professor of Philosophy and Sociology Department,
Russian State University of Physical Culture and Sport, Youth and Tourism,
105122, 4, Sirenevyy av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: olga balaeva@ mail.ru

Abstract

The scientific article is devoted to the analysis of the basic values that guide the modern Russian, shaping his choice in favor of traveling around his native country; first of all, in Crimea. In this article, the author systematized the results of the survey, which was conducted in the spring of 2018 among employees of travel companies who participated in specialized exhibitions of this period, potential tourists from these travel agencies. The subject of this study is the value attitudes that influence the formation of interest in tourism in Russia. The purpose of this study is to determine the most characteristic set of value systems that influences the formation of a strong interest among Russians in traveling throughout their country in general and the Crimea peninsula in particular. On the one hand, such characteristic general scientific methods of cognition, as generalization, classification, analysis and synthesis, are used. On the other hand, the traditional sociological method of questioning occupies an important place for obtaining reliable axiological information. It is complemented by content analysis, which allows you to analyze companies and organizations working in the direction of interest to us. The result of the study confirmed that the majority of the surveyed tourists do not put spiritual and moral values in the leading position when choosing a place of rest in their country, nor do they consider in a direct relationship the patriotic feelings and civic responsibility with the appearance of a desire to rest in the Crimea.

For citation

Balaeva O.E. (2018) Aksiologicheskii aspekt podderzhaniya interesa k otechestvennomu turizmu v sovremennykh realiyakh [Value aspect of maintaining the interest to national tourism in today's reality]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 7 (5A), pp. 192-198.

Keywords

Morality, ethics, professional ethics, applied ethics, ethical values.

References

1. Birzhakov M.B. (2015) Problemy regional'nogo planirovaniya turizma. Turizm v malykh gorodakh. Turistskie firmy [Problems of regional tourism planning. Tourism in small towns. Tourist firms]. *Nevskii Fond* [Nevsky Foundation], 19, p. 41.
2. Dobren'kov V.I., Kravchenko A.I. (2017) *Metody sotsiologicheskogo issledovaniya* [Methods of sociological research]. Moscow: Infra Publ.
3. *Federal'naya tselevaya programma «Razvitie vnutrennego i v"ezdnoogo turizma v Rossiiskoi Federatsii (2011-2018 gody)»* [Federal target program "Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011-2018)"].
4. *Federal'nyi konstitutsionnyi zakon «O prinyatii v Rossiiskuyu Federatsiyu Respubliki Krym i obrazovanii v sostave Rossiiskoi federatsii novykh sub"ektov – Respubliki Krym i goroda federal'nogo znacheniya Sevastopolya»* [Federal constitutional law "On the admission to the Russian Federation of the Republic of Crimea and the formation within the Russian Federation of new subjects - the Republic of Crimea and the city of federal importance Sevastopol"].
5. Gorelov A.A. (2007) *Etika* [Ethics]. Moscow: Flinta Publ.
6. *Gosudarstvennaya programma Rossiiskoi Federatsii «Razvitie kul'tury i turizma» na 2013-2020 gody* [The state program of the Russian Federation "Development of culture and tourism" for 2013-2020].
7. Kravchenko A.I. (2016) *Metodologiya i metody sotsiologicheskikh issledovaniy* [Methodology and methods of sociological research]. Lyubertsy: Yurait Publ.
8. Mikheeva N.A. (2012) Turizm kak predmet sotsiologii. [Tourism as a subject of sociology]. In: *Sb.: IV. Ocherednoi Vserossiiskii sotsiologicheskii kongress «Sotsiologiya i obshchestvo: global'nye vyzovy i regional'noe razvitie»* [Collected papers of All-Russian sociological congress "Sociology and society: global challenges and regional development"].
9. *Postanovlenie Soveta ministrov Respubliki Krym «Ob utverzhdenii Gosudarstvennoi programmy razvitiya kurortov i turizma v Respublike Krym na 2017-2020 gody»* [Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Crimea "On approval of the State program for the development of resorts and tourism in the Republic of Crimea for 2017-2020"].
10. Putrik Yu.S. (2015) Sovremennye tendentsii razvitiya turizma v Rossii kak faktor formirovaniya patrioticheskogo soznaniya molodezhi [Modern trends in the development of tourism in Russia as a factor in the formation of the patriotic consciousness of young people]. *Nauchnye trudy Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Scientific works of Moscow State University], 3, pp. 69-76.