

Социологические аспекты роли туриста в институте туризма

Ефремова Дарья Владимировна

Аспирант

Поволжский государственный технологический университет, Факультет социальных технологий, Йошкар-Ола, Россия
E-mail: EfremovaDV@volgatech.net

В последнее время стало сложно определить критерии социальной роли отдыхающего в институте туризма, поскольку туризм тесно пересекается с отдыхом, путешествием, развлечениями. В каждом из этих процессов существует своя интерпретация понимания социальной роли отдыхающего, что усложняет понимание процессов в институте. Для детального изучения особенностей необходимо дифференцировать и сравнить соответствующие социальные роли, поскольку именно они дают представления о перемещениях индивида, а значит о более детальных процессах института туризма. Проанализируем такие понятия как турист, рекреант, путешественник, фланер, бродяга. Итогом данного анализа станет представление о ключевых особенностях каждой социальной роли отдыхающего в институте туризма.

Важная характеристика роли туриста состоит в стремлении посетить именно известные достопримечательности, что и является главной целью его путешествия. Турист пытается присвоить себе эти объекты по средствам визуального потребления, в форме фото, сувениров, покупки товаров. Все действия осуществляются преимущественно под влиянием потребительства. Маршрут туриста заранее спланирован и составлен (преимущественно не им самим). Предсказуемость и определенность туристической поездки являются наиболее привлекательными для многих туристов.

Отдыхающий (рекреант) главной своей целью ставит полноценный отдых, восстановление физических и психологических сил, уход от работы и повседневного окружения. Здесь ключевым отличием потребления будет выступать телесные ощущения (лежание на берегу моря, купание, прогулка в парке).

В понимании категории путешественника ключевым представляется идея В.И. Ильина: «Турист - это не путешественник, он имитирует его. Последний ищет открытий, он изучает регион, страну, бежит от своих и чужих стереотипов. Его не интересуют достопримечательности. . . » [3]. Для путешественника нет заранее придуманной программы, он ее продумывает и составляет сам. Он старается получить новые знания, передать их другим людям.

З. Бауман, сравнивая категории мобильности, выделяет такую категорию роли туриста как фланер. У фланера гораздо больше общих черт с туристом, поскольку он не познает и не узнает окружающее его пространство, он становится незаинтересованным наблюдателем, гуляет и визуально потребляет без какой-либо явной цели [2].

З. Бауман, сравнивая туриста и бродягу, пишет: «Туристы переезжают с места на место, потому что считают доступный им мир (а это весь земной шар) неотразимо привлекательным, бродяги отправляются в путь, потому что доступный им (местный мир) выглядит невыносимо негостеприимным. Туристы путешествуют, потому что они этого хотят; бродяги - потому, что у них нет другого подходящего выбора». Общее и для туриста, и для бродяги, по мнению З. Баумана, в том, что они оба являются потребителями, а потребители постсовременной эпохи ищут новых ощущений и коллекционируют впечатления [1].

Представив в виде обобщенного образа доминирующие ценности исследуемых субъектов, можно сказать, что для туриста ключевым представляется визуальное потребление

мест, достопримечательностей, ориентация на впечатления и эмоции. Для рекреанта ключевая ценность отдых и восстановление собственных сил. Путешественник в основу своих ценностей ставит познание нового, получение знаний. Для фланера это свобода в движении и впечатлениях, независимость от места и времени. Бродяга ключевую ценность ставит бегство, связанного с отсутствием или символическим отказом от дома.

Изучение данных типов ролей и их ценностей представляет из себя идеальный тип социальной роли отдыхающего. На практике они могут изменяться в зависимости от опыта туриста и мотивации. Для людей с большим запасом туристского опыта характерны более высокие уровни развития мотивов (включение в культуру, природу), что представляет большой интерес для института [4]. Достижением высших мотивов служит полноценная система воспитания и развития индивида, в противном случае интересы и действия человека будут сводиться к элементарным характеристикам типа.

Источники и литература

- 1) Бауман З. Глобализация: последствия для человека и общества. – М.: Весь мир, 2004. – 188 с.
- 2) Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. 1995. № 4. С. 133-154.
- 3) Ильин В. И. Товар как социальный конструкт // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2004. № 2. С. 29 – 39.
- 4) Pearce Ph. L., Lee U. Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation// Journal of Travel Research. 2005. Vol. 43. P. 226 – 237.