

Секция «Экономическая, социальная, политическая география и туризм»

Туризм в эпоху пандемии

Научный руководитель – Кондракова Юлия Николаевна

Кондракова Таисия Алексеевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет городского и регионального развития, Москва, Россия

E-mail: taisia.kondrakova@gmail.com

В современном обществе популярность путешествий и туризма растёт, люди стремятся увидеть мир таким, какой он есть на самом деле, а не на картинках. Туризм и путешествия составляют огромную социальную систему, которая видоизменяется в соответствии с конкретными обстоятельствами и условиями внутри общества.

Р. Парк утверждал, что «в перемещении... возникает... специфический тип организации, который мы называем "социальным" [1]. Туризм и путешествие сегодня представляют собой различные социальные группы, которые очень тесно взаимодействуют друг с другом. Туристические группы подразумевают под собой членство, то есть принадлежность к данной группе, тесное взаимодействие, действительно, в социальных сетях и на крупных платформах происходит обмен впечатлениями, люди советуют места друг другу, начинают путешествовать вместе, делятся лайфхаками. Э. Коэн поделил туристов на несколько групп: массовый турист, индивидуальный турист, исследователь и бродяга [2]. У каждого выделенного типа есть собственная цель и мотивация, которая трансформируется в соответствии с социальными характеристиками. Люди, которые входят в эти группы, воспринимаются окружающими как члены группы, туристические группы имеют свою идентичность. Путешественники и туристы за счёт своей идентичности оказывают влияние друг на друга, например, читая комментарии на платформе, просматривая социальные сети таких же путешественников. Соответственно, мы делаем выбор в зависимости от того, что выбрали они. У каждого путешественника его социальная мобильность опиралась на желание и потребность оказаться в определённом месте, то есть существенная мотивация. От перемещений человека зависит и перемещение информации и других объектов.

Однако в период пандемии практически не было возможности путешествовать в той степени, в которой всем бы хотелось из-за ковидных ограничений, введение вакцины и т.д.

До пандемии для людей был открыт практически весь мир, а также были распространены спонтанные путешествия, а также было проще пользоваться туристскими услугами, соответственно и взаимодействие с обществом было активнее, и потребления было намного больше, что, в свою очередь, показывает социальную стратификацию. Познавательный туризм в европейских странах перестал быть таким востребованным из-за экономических изменений после пандемии, ведь люди выбирали именно европейские страны из-за престижности этих мест. Выбирая определённые направления, которые требовали больших финансовых возможностей, люди стали показывать свой высокий статус. Ввиду давления социальных ожиданий, а также из-за высокого уровня нервности жизни, можно выделить несколько типов путешественников: уходящий от проблем, жаждущий знаний, ищущий себя и свою принадлежность, отдыхающий телом и душой и показывающий своё богатство. Каждый из этих типов формируется в зависимости от внутреннего состояния людей и их потребностей. В период пандемии тип людей, отдыхающих телом, стал выбирать санатории, спортивно-оздоровительные комплексы и SPA-отели, так как фокус общества сместился на ментальное и физическое здоровье, типы «уходящий от проблем» и «жаждущий знаний» сместили своё внимание на родную страну и местные достопримечательности. Создаётся впечатление, что в наиболее сложных условиях оказался тип «ищущий

себя и свою принадлежность”, так как очевидно, что своя страна не позволяет ему найти себя, а выехать за её пределы не представлялось возможным, однако после пандемии тип “ищущий себя и свою принадлежность” активнее всех остальных типов стал стремиться удовлетворить свои потребности и продолжить свои поиски.

Как же сильно повлияли эти ограничения на путешественников и их мотивацию? Какой выход из затруднительной ситуации они нашли?

Когда наступила пандемия, то возможность реализовать себя в качестве одного из типов путешественников резко сократилась. Пандемия изменила характер поведения людей, спровоцировав “массовый страх”, поэтому огромное количество людей из-за страха коронавируса перестало путешествовать вовсе. Однако существует категория людей, которая не подвержена “массовым страхам”, а также их желание путешествовать и показывать свой высокий социальный статус было намного выше, поэтому, несмотря на экономический спад во всём мире, туристы стали выбирать дорогие направления пляжного отдыха. Например, согласно данным Action Travel, большинство людей стало выбирать такие страны, как Турция, ОАЭ, Мальдивы, Танзания и Куба, а также они отмечают, что возрастная категория 55+ практически исчезла (так как старшее поколение более подвержено страху) [3]. Массовый туризм стал менее распространённым, однако индивидуальный туризм стал довольно востребованным, это предположительно связано с большим количеством времени, которое люди провели со своими близкими в одном помещении. Популярность индивидуального туризма была вызвана желанием людей удовлетворить свою потребность во времени наедине с собой, а также в личном пространстве. Бродяг стало даже предположительно больше, однако люди немного поменяли своё направление, так как во время пандемии открылось направление местного (внутреннего) туризма. Люди стали больше путешествовать по собственным странам, особенно это касается молодых людей, у которых нет больших финансовых возможностей, а также им свойственно выбирать экстремальные виды туризма.

Подводя итог, важно отметить, что туризм и путешествия являются сложным механизмом социальных взаимодействий, который состоит из различных социальных групп, формирующихся и видоизменяющихся в соответствии с политическими, культурными, экономическими условиями. Путешественники нашли выход из затруднительной ситуации, меняя свои маршруты, которые согласовывались с потребностями и характеристиками людей. Определённые группы в таких ограничениях выживали чуть хуже, чем остальные, но каждый приспособился и нашёл свой путь.

Источники и литература

- 1) Park R.E. Human Nature and Collective Behavior. American Journal of Sociology, Vol. 32, No. 5 (Mar., 1927). Pp. 733-741
- 2) Cohen E. Toward a sociology of international tourism. Published By: The Johns Hopkins University Press, Vol. 39, No. 1, Political economics (Spring 1972). Pp. 164-182.
- 3) Action Global Communications - Международное маркетинговое агентство полного цикла. Режим доступа: <https://actionprgroup.com/> Дата обращения 11.02.2023