

Секция «Экономическая социология и маркетинг»

Социально-экономические функции туризма

Шаркова Галина Николаевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: shgn8@yandex.ru

Туризм представляет собой одну из самых успешно развивающихся мировых индустрий. Устойчивое развитие и стабильное увеличение, начиная с второй половины XX века, количественных показателей как путешествующих, так и занятых в сфере туристических услуг, свидетельствует о постоянно растущей ценности туризма в современном мире. Значение и ценность туризма обуславливают те функции, которые он выполняет для общества, участвуя в процессе социального развития. В настоящей работе проводится аналитический обзор социально-экономических функций туризма.

Прежде всего, туризм выполняет ряд экономических функций, внося значительный вклад в экономику отдельных стран. Он выступает как, во-первых, источник валютных поступлений для страны и средство для обеспечения занятости, во-вторых, средство расширения вкладов в платежный баланс и ВВП страны, в-третьих, средство диверсификации экономики, создающее отрасли, обслуживающие сферу туризма, в-четвертых, средство роста занятости, роста доходов и повышения уровня благосостояния нации.

Социальные функции туризма заключаются в социальном конструировании, освоении и расширении социального пространства как среды обитания, ценностном освоении времени и пространства, реализации социальной мобильности, удовлетворении эстетических, интеллектуальных и экзистенциальных потребностей личности [1]. Туризм воплощает гедонистические, когнитивные, коммуникативные, рекреационные, статусные (престижно-имиджевые), экзистенциальные, социальные ценности и выступает как важнейший инструмент изменения социального пространства [2]. Туризм является «важнейшим инструментом трансформации социального пространства. В процессе путешествий, осваивая новые социальные пространства, туристы выходят за рамки привычных культурных образцов, и становятся агентами трансляции, производства, распределения, освоения инновационной социокультурной информации» [3].

Туризм имеет и адаптационные функции, которые обеспечивают гармоничное функционирование общества. К ним относятся сохранение окружающей среды и памятников культуры; поддержание между туристами и коренным населением доброжелательных отношений; формирование у туриста чувства удовлетворённости путешествием [4].

Социально-философский подход к функциям туризма отражён в исследовании А. С. Гализдры [5]. Ею описаны функции социализации, рационализации отдыха и досуга, рекреационная, рекламная, когнитивная, коммуникативная, формирования и удовлетворения туристских потребностей, медиативная.

С.Н. Сычанина пишет: «Туризм, занимая немаловажное место в обществе, принимает на себя важнейшие социокультурные функции: самоопределение человека в социокультурном пространстве, восстановление психофизических ресурсов общества, обеспечение занятости и рост его доходов, повышение трудоспособности человека и рациональному использованию свободного времени» [6].

М. В. Малышева выделяет явные и латентные функции туризма. К явным функциям туризма относятся социокультурные (оздоровительно-релаксационная, коммуникативно-социализирующая, гносеологическая, культурная, спортивная) и социоэкономические функ-

ции (повышение качества жизни населения туристских регионов, рациональное использование свободного времени, обеспечение занятости населения в местах локации туристских путешествий). Латентные функции туризма имеют характер сопровождения, например, познавательная функция реализуется при потреблении оздоровительных туров [7]. К латентным функциям туризма относятся также утверждение туриста в глазах окружающих и подтверждение им своего социального статуса [4].

Функции туризма делятся на специфические и неспецифические. И. М. Карицкая [8] считает специфической для социального института туризма конвергирующую функцию, которая поддерживает его во взаимодействии с другими социальными институтами и способствует сохранению целостности туристской индустрии. К неспецифическим функциям туризма относится взаимопроникновение культур, познание окружающего мира, общее образование и воспитание человека [4].

Туризм имеет важное значение для развития межкультурных и международных отношений, восстановления и сохранения культурного наследия и исторических ценностей народов мира. За счет включения личности в межкультурную коммуникацию, туризм «стимулирует процессы социализации и способствует формированию культуры толерантности, в определенной мере снимает напряженность в межэтнических и межнациональных отношениях» [9].

Ценностный характер феномена туризма обусловлен многозначностью той социальной роли, которая закреплена за ним в обществе, что позволяет сделать вывод о том, что туризм в настоящее время является мощным фактором, влияющим на развитие общества и протекающие в нем процессы.

Источники и литература

- 1) Отнюкова М. С. Социальное конструирование достопримечательностей в туризме: Дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. / М. С. Отнюкова. - Саратов, 2005. - С. 26.
- 2) Щетинина, Е.Б. Социальное проектирование туристической активности: Дис. ... канд. социол. наук, 22.00.04./ Е.Б. Щетинина. - Саратов, 2001. - С. 168.
- 3) Черняева, Т. И. Архитектоника социального пространства: Дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.04 /Т. И. Черняева: Саратов, 2004 – С. 20.
- 4) Ахметшин, А. М. Туризм лиц с ограниченными жизненными возможностями: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / А.М. Ахметшин. - М., 2008. - С. 39 – 41.
- 5) Гализдра А. С. Феномен туризма: социально-философский анализ: Дис. ... канд. философ. наук: 09.00.11./ А. С. Гализдра.: Саратов, 2006. – С. 70 – 79.
- 6) Сычанина С. Н. Туризм в социокультурном пространственно-временном континууме: Дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01. / С. Н. Сычанина.: Краснодар, 2004. - С. 17.
- 7) Малышева Е. В. Потребительские практики в сфере туризма: когортный анализ: Дис. ... канд. социол. наук, 22.00.03./ Е. В. Малышева: Казань, 2014 – С. 9 – 10.
- 8) Карицкая И.М. Туризм как социальный институт // Идеи и идеалы. 2011. №2(8). С. 13–14.
- 9) Луганская Е. В. Институциональный анализ российской сферы туризма: Авт. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Е. Н. Луганская: Краснодар, 2012 – С. 12