

Интенсификация внутреннего туризма в России: социологический анализ

Научный руководитель – Мамедов Агамали Куламович

Миронова Анастасия Евгеньевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: nmayron5@gmail.com

В современном мире туризм является одной из важнейших практик [2].

Значимость туризма для общества неуклонно растет: с одной стороны, люди расширяют свой кругозор и развивают социальные навыки, с другой – туристическая отрасль становится прибыльной сферой деятельности, способной приносить выгоду как частному бизнесу, так и государству [1]. В настоящее время туризм рассматривается в качестве одного из наиболее динамичных и быстроразвивающихся секторов российской экономики. В 2023 году на его долю приходилось 2,6% ВВП страны, но власти планируют многократно увеличить этот показатель к концу 2030 года [6].

Высокая популярность путешествий открывает перед человеком возможность решения множества социальных задач, влияя на его жизненный путь, социальное положение и коммуникативные навыки. Однако изменения затрагивают не только самих туристов, но и посещаемые ими территории: необходимость поддержания их привлекательности приводит к трансформации среды. Постепенно туристические локации перестают ориентироваться исключительно на местные традиции и адаптируются под ожидания приезжих. Последствия носят амбивалентный характер – с одной стороны, это стимулирует экономическое развитие региона, но, с другой – несет риски в виде неравномерного распределения капитала и трудовых ресурсов, изменения природного ландшафта, истощения ресурсов, утраты самобытности и культурной автономии [5].

Туризм также способствует формированию специфического коммуникативного пространства, включающего как межличностные связи между людьми, так и взаимодействие между человеком и культурной средой. В результате регион, ориентированный на туристический поток, приобретает новые семиотические качества, трансформируя формат взаимодействия между путешественниками и средой. Этот процесс ведет к созданию новой, перекодированной социальной реальности. Примером может служить “Гастрономический тур трёх культур” в Мордовии. Он включает в себя множество элементов, которые способствуют взаимодействию и обмену информацией между участниками, а также помогают сохранять и передавать культурное наследие.

Данное явление становится особенно актуальным сегодня. В последние несколько лет страна переживает трансформацию туристической сферы, под влиянием санкционного давления на фоне внутреннего и общемирового кризиса, а также последствий пандемии COVID-19. Как уже отмечалось ранее, туризм оказывает фундаментальное влияние как на регион, так и на индивида [4]. Внешние ограничения и внутренние изменения трансформируют направления турпотоков, заставляя регионы адаптироваться к новым реалиям. В результате туристическая индустрия оказывается не только фактором экономического роста, но и индикатором социальных и культурных сдвигов, отражая изменения в структуре потребностей и возможностей населения.

В силу этого крайне важно исследовать те последствия, которые вызываются увеличением внутреннего туризма в России. Таким образом, в рамках данной научной работы были проанализированы социальные особенности интенсификации внутреннего туризма

в России [3]. В ходе исследования автором была предложена классификация внутреннего туризма в России по его виду и направлению, дана оценка государственным программам как источника информации о развитии отечественного туризма и определены возможные последствия развития внутреннего туризма для российского общества.

Источники и литература

- 1) Андрианова Ю. В., Филатов В.В. Приоритетные направления развития туризма в России // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы, 2022. – №2. – С. 20-24
- 2) Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал, 1995. – №4. – С. 55-71
- 3) Корюкова С.А. Современное состояние и перспективы развития внутреннего туризма в России // Прогрессивная экономика, 2023. – №2. – С. 24-34
- 4) Лысикова О.В., Керими К.М. Региональный туризм: от человеческого потенциала к человеческому капиталу и качеству жизни // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса, 2021. – №1. – С. 23-32
- 5) Оборин М.С. Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий // Сервис +, 2020. – №1. – С. 18-26
- 6) Чернышенко: доля туризма в ВВП РФ составляет 2,6% // East Russia, 2023. – 23 мар. – URL: <https://www.eastrussia.ru/news/chernyshenko-dolya-turizma-v-vvp-rf-sostavlyaet-2-6/> (дата обращения: 27.10.2024).