

Ханькова Олеся Владимировна

аспирант

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет

им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Свердловская область

DOI 10.21661/r-586033

ТИПОЛОГИЯ ТУРИСТСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

***Аннотация:** в статье представлены результаты эмпирического исследования туристских предпочтений, проведенного среди российской молодежи. Проанализированы различия в показателях в зависимости от возраста студентов и работающей молодежи. Определена типология туристской молодежи.*

***Ключевые слова:** молодежь, туристская идентичность, классификация, социальная практика.*

Введение в исследовательскую проблему.

В наши дни туризм занимает существенное место в жизни значительной части молодежи. Он определяется как процесс познания человеком окружающей среды и культурного наследия, который формируется под влиянием его субъективного восприятия и социального контекста. В контексте глобализации туризм приобретает все большую значимость как одна из наиболее распространенных социокультурных практик. Согласно Сафонову, социокультурная практика представляет собой деятельность по установлению, воспроизводству и преобразованию общественных отношений и институтов, опосредованную системами ценностей [5, с. 3–12].

Туризм, будучи социокультурным феноменом, охватывает целый спектр культурных и социальных процессов, спровоцированных временным перемещением людей из их привычной среды [6].

Как отмечает Сафонов «социокультурная или социальная практика – это деятельность по установлению, воспроизводству и преобразованию общественных отношений и институтов, опосредованная системами ценностей» [5, с. 3–12].

Туристские практики интерпретируются как комплекс всех видов деятельности, реализуемых путешественниками в течение всего их пребывания в туристическом контексте. Данные практики играют центральную роль в процессе конструирования и репликации идентичностей, а также в детерминации основных паттернов социального поведения, доступных в рамках специфической культурной системы [2].

Идентичность человека и его социальные практики могут быть классифицированы по ряду критериев, что применимо и к туристам. Социологические подходы предлагают различные способы такой классификации. В частности, Э. Коэн в статье «Toward a sociology of international tourism» (1972) разработал типологию туристов, исходя из уровня их самостоятельности в путешествии и глубины погружения в местную культуру. Он выделил такие типы, как организованный массовый турист, индивидуальный массовый турист, исследователь и дрейфующий турист [4, с. 43–48].

По нашему мнению, существует комплексный подход к классификации туристов, основанный на таких показателях, как: цели путешествия, его формат, состав группы, уровень расходов, а также степень организованности (организованный или самостоятельный туризм). Изучение этих туристических типов является ключом к эффективному удовлетворению их потребностей, что напрямую влияет на экономическую выгоду туристического рынка. Актуальность данной темы обусловлена динамичным развитием отрасли и процессами глобализации. В рамках данного исследования мы ставим перед собой следующие задачи:

- 1) определить главные современные тенденции в сфере молодежного туризма;
- 2) выявить специфику туристической идентичности, присущую молодежи.

Методы исследования. В рамках исследования трансформаций социокультурных практик молодежи были задействованы как количественные, так и качественные методы сбора информации. Для привлечения целевой аудитории в

Свердловской области был организован онлайн-опрос, охвативший 600 молодых людей. Опрос проводился в мае 2024 года и распространялся через социальные сети и мессенджеры (Вконтакте, Telegram, WhatsApp), что обеспечило его эффективность. Дополнительно были проведены глубинные интервью для получения более детальной информации.

Результаты исследования. Исследование показало, что большинство опрошенных – это молодежь в возрасте 18–20 лет (31,4%), что идеально соответствует цели изучения туризма как социально-культурного явления среди молодых людей. Вторую по численности группу составили респонденты 21–25 лет (26,9%), далее идут участники 26–30 лет (23,4%) и 31–35 лет (14,3%). Среди опрошенных было 45,1% мужчин и 54,9% женщин [1].

Молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет проявляют огромный интерес к путешествиям. Исследование показало, что подавляющее большинство из них (98,8%) положительно относятся к туризму, а значительная часть (84,7%) путешествует регулярно, как минимум раз в год. При этом, более половины опрошенных (53,5%) совершают две поездки ежегодно, что подчеркивает высокую туристическую активность молодежи.

Таблица 1

Мнение респондентов о частоте поездок (% от опрошенных)

Значения	% от опрошенных
Более двух раз в год	53,5
Один раз в год	31,2
Один раз в несколько лет	14,5
Сумма:	100,0

Для анализа туристической активности была предложена следующая категоризация по частоте путешествий: 1-я категория – часто путешествующие, 2-я категория – стабильно путешествующие, 3-я категория – редко путешествующие. Результаты анализа данных свидетельствуют о том, что возрастная группа 26–30 лет демонстрирует наибольшую туристическую активность. Данная закономерность объясняется совокупностью факторов, включая достижение финансовой самостоятельности, завершение образовательного процесса и

начало профессиональной деятельности, что обеспечивает наличие оплачиваемого отпуска и, как правило, отсутствие существенных семейных обязательств. В отличие от этой группы, молодежь в возрасте 18–20 лет, находящаяся на этапе обучения и испытывающая финансовую зависимость, характеризуется существенно более низкой туристической активностью.

Таблица 2

Мнение респондентов о компании для поездок (% от опрошенных)

Значения	% от опрошенных
С семьей	34,9
С родителями, родственниками	23,0
С друзьями	19,0
С партнером (девушкой/парнем, мужем/женой)	12,6
Один/одна	10,3
Сумма:	100,0

Туристов можно классифицировать по составу их спутников. К основным типам относятся: путешествующие в одиночку, семьи, семьи с детьми и группы друзей. Исследование показало, что молодые люди при планировании поездок чаще всего выбирают путешествия с семьей, друзьями или партнером, но также существует тенденция к одиночным путешествиям.

Таблица 3

Мнение респондентов об организации отдыха (% от опрошенных)

Значения	%от опрошенных
Самостоятельно	64,4
Организованно (обращаясь в турбюро)	35,6
Сумма:	100,0

В зависимости от способа организации поездки, туристов можно классифицировать как участников организованных туров или самостоятельных путешественников. Путешествия играют ключевую роль в жизни современной молодежи, выступая в качестве многогранного инструмента для личностного роста и получения удовольствия. Исследование выявило, что для более чем половины респондентов (52,4%) поездки являются эффективным средством эмоциональ-

ной разгрузки. Образовательная составляющая путешествий также высоко ценится: 40% опрошенных уверены в их способности обогащать новыми знаниями, а 35,4% отмечают, что путешествия способствуют расширению кругозора и знакомству с различными культурами. Более трети респондентов (38,7%) рассматривают поездки как возможность для расширения и укрепления социальных контактов. Меньшее число участников опроса (17,5%) связывают путешествия с отдыхом от повседневности, а 16% – с улучшением психоэмоционального состояния. Лишь небольшая группа (6,7%) видит в путешествиях инструмент для самопознания. Следовательно, путешествия предоставляют молодежи не только возможность отдохнуть и получить новые впечатления, но и обогатиться знаниями о культуре и истории различных мест.

Таблица 4

Мнение респондентов о тратах во время отдыха (% от опрошенных)

Значения (рублей в сутки)	% от опрошенных
До 5 тыс.	36,6
До 3 тыс.	30,5
До 10 тыс.	18,1
Более 15 тыс.	7,6
До 15 тыс.	7,2
Сумма:	100,0

Следующим критерием для типологизации туристов может служить бюджет на отдых.

Более половины участников опроса предпочитают экономичные путешествия. Значительная часть (30,5%) тратит на поездки менее 3 000 рублей в день, что, вероятно, связано с ограниченным бюджетом, особенно у студентов и начинающих специалистов. Вместе с теми, кто тратит до 5 000 рублей в сутки (36,6%), доля путешественников с умеренными расходами достигает почти 67,1%. При этом, около 18,1% респондентов готовы тратить до 10 000 рублей в день, что говорит о наличии более обеспеченной молодежи, предпочитающей комфортный отдых. Стремясь к бюджетным путешествиям, молодежь сталкивается с проблемой высоких цен на жилье и транспорт, что ограничивает их возможности.

Закключение. Исследование представило новые тренды, определяющие современный молодежный туризм, в том числе можно вы *типологию туристов по следующим критериям:*

1) *по возрасту:*

- юная молодежь: 18–21 год;
- молодые взрослые: 22–28 лет;
- зрелая молодежь: 29–35 лет.

2) *по роду деятельности:*

- студенты;
- работающая молодежь.

3) *по семейному положению:*

- семейные;
- одинокие.

4) *по ежемесячному доходу:*

- молодежь с доходом до 50 тысяч рублей;
- молодежь с доходом от 50 до 100 тысяч рублей;
- молодежь с доходом от 100 до 200 тысяч рублей;
- молодежь с доходом свыше 200 тысяч рублей.

5) *по компании для путешествий:*

- путешествующие в одиночку;
- пары-путешественники;
- дружеские компании в поездках.

6) *по предпочтениям видов туризма:*

- любители культурного и познавательного отдыха;
- активные туристы (спортивный туризм);
- отдыхающие на пляже.

7) *по организованности отдыха:*

- самостоятельные путешественники;
- клиенты туристических агентств (индивидуальные и групповые туры).

8) *по направлению отдыха:*

- путешественники по России;
- зарубежные туристы.

9) *по вовлеченности в социальные сети:*

- туристы-блогеры (активно документирующие отдых);
- любители фотосъемки (периодически использующие камеру).

Список литературы

1. Грунт Е.В. Социокультурные практики молодежи в туризме / Е.В. Грунт, О.В. Ханькова // Теория и практика общественного развития. – 2024. – №12. DOI 10.24158/tipor.2024.12.3. EDN HITZDN
2. Лысикова О.В. Российские туристы: типы идентичности и социальные практики / О.В. Лысикова // Научная электронная библиотека «Elibrary». – 2012. – №4.
3. Махова К.Б. Осмысление туристического взгляда в социологической теории Джона Урри / К.Б. Махова // Социодинамика. – 2024. – С. 17–25.
4. Махова К.Б. Эрик Коэн и его теоретические изыскания в социологии туризма / К.Б. Махова // Социодинамика. – 2024. – №9. – С. 43–48. DOI 10.25136/2409-7144.2024.9.71493. EDN NMWPAА
5. Рябова М.Э. Социально-философское осмысление динамики социокультурных процессов в контексте цивилизационного развития / М.Э. Рябова // Известия высших учебных заведений. – 2009. – С. 3–12.
6. Сыровацкий Е.Ю. Социокультурные практики в контексте современной действительности / Е.Ю. Сыровацкий, Д.А. Конев // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – 2024. – №4.