

На правах рукописи
Леухин

Леухин Алексей Николаевич

**ОПТИМИЗАЦИЯ ТУРИСТСКО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО
ПРОСТРАНСТВА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА
(на примере Астраханской области)**

Специальность: 22.00.04

Социальная структура, социальные институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Волгоград, 2006

Работа была выполнена на кафедре социологии и психологии
Астраханского государственного технического университета

Научный руководитель Доктор политических наук, профессор
Зелетдинова Эльвира Анваровна

Официальные оппоненты: Доктор философских наук, доцент
Стризое Александр Леонидович

Кандидат социологических наук
Тырнова Наталья Александровна

Ведущая организация Дагестанский государственный университет

Защита состоится «25» декабря 2006 г. в «12» часов на заседании диссертационного совета Д 212.029.06 по присуждению ученой степени доктора и кандидата социологических наук при Волгоградском государственном университете (400062, Волгоград, Университетский пр-т, 100, ауд. 2-05 «В»).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Волгоградского государственного университета

Автореферат разослан 17 мозг/06 2006 года

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат политических наук, доцент

H. amplus

С.А. Панкратов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Вступив в эпоху перемен, российское общество начинает активно реформироваться: образовывать в своих недрах новые механизмы идентификации и социализации, подвергать ревизии имеющийся арсенал функциональных задач. Интенсивно стратифицирующиеся конфигурации социально-структурного пространства приобретают институционально-протяженную рефлексивность, суммируют комбинации играизированных практик, ускоряют эффекты социальных перемещений.

Многие субъекты играизации, относящиеся к сфере услуг, не поспевают за столь стремительным развитием социума, не реагируют должным образом на инновационную динамику трансформационных процессов, очевидные преимущества исследовательского фактографирования.

Отечественный туристский комплекс, сталкиваясь с целым рядом непредсказуемых последствий организационного проектирования, не является здесь исключением, так как игнорирует врожденно присущие предприятиям способности к восприятию и оцениванию смысловой палитры репродуцирования социальной инфраструктуры, политики туррегионов.

Появляется необходимость социологического анализа туристского паттерна, основным инструментом которого может выступать неотъемлемая составляющая социально организованного пространства – туристско-институционализированная его часть, вбирающая в себя категориальную и классификационную палитру практической рекурсивности. В данном контексте понимание значения многоаспектного влияния факторов, являющихся как следствием, так одновременно и причиной существования пространственно-институциональной структуры туризма, требует пошаговой экспликации всех компонентов последней, помогает выявить в преломлении регионального аспекта новые детали в изучении обозначенной проблемы.

Таким образом, расширение эвристических возможностей социального института туризма, преодоление негативных последствий воздействующей на него институциональной среды обуславливают актуальность

теоретического моделирования туристского пространства, смысловых схем габитуализации, отражающих специфику сопряжений практик, форс-идей; сфер общественной жизни в контекстуальных условиях территориальной локации.

Степень научной разработанности проблемы. Проблемы туристско-институционального пространства являются малоисследованными, недостаточно разработанными в отечественной и зарубежной литературе. Между тем составные элементы означенного феномена получили довольно глубокое методологическое прочтение в рамках непосредственно социологической науки, а также в междисциплинарных работах, которые создали платформу для многоаспектного изучения туризма, эвристического движения границ его анализа.

Теоретическая база диссертационного исследования может быть представлена несколькими направлениями научных изысканий. Первое направление синтезирует труды российских и западных ученых, задающих тон в разработке теории социального института, как на стадии пластиично создаваемых актором институциональных форм (В.А.Ядов, В.В.Радаев, Д.Норт, П.Бергер, Т.Лукман), так и на социентальном уровне (П.А.Сорокин, И.Н.Игошин, С.Г.Кирдина, Ш.Айзенштадт, А.Гелен, Э.Дюrkгейм, Т.Парсонс, Р.Мертон). Осмысление подходов, отраженных в указанном диапазоне работ, предоставляет возможность рассматривать институт туризма через призму функциональной перфорируемости, распознать в профессионально-отраслевой габитуализации скрытые преимущества pragматического интеграционизма субъективистских и объективистских парадигм (Э.Гидденс, П.Бурдье, П.Штомпка, Т.И.Заславская, О.В.Иншаков, О.Э.Бессонова, М.А.Шабаинова).

Важными для исследования (хотя в них не приводится конкретно артикулированная проблематика социального института туризма) являются труды отечественных исследователей в сфере туристики (В.А.Квартального, И.В.Зорина, А.П.Дуровича, В.Г.Гуляева, В.Б.Сапруновой и др.).

Второе направление обозначают концепции зарубежных (Г.Зиммеля,

К.Коффки, В.Келлера, К.Левина, П.Бурдье, Ю.Хабермаса) и российских (Г.Е.Зборовского, С.А.Шавеля, В.Г.Виноградского, А.Ф.Филиппова и др.) теоретиков социального пространства, отражающие специфику сферно-ролевого взаимодействия, смысловых и структурных компонентов пространственно-институциональных систем.

При решении поставленных в диссертации задач особый интерес представляют педагогические, философско-культурологические исследования туристского пространства (Г.Вейль, И.Перейра, Дж.Голльер, Ю.А.Веденин, Д.С.Лихачев, А.С.Орлов, И.В.Зорин), указывающие на его знаково-символическое, социализирующее содержание, объективно-структурированную сущность.

Третье направление, формируя взгляд на туристско-институциональное пространство как социально-играизированное (Л.Е.Бляхер, С.А.Кравченко, Ж.Т.Тошченко, М.О.Мнацаканян, В.Л.Романов, А.С.Панарин, Э.Гоффман) и факторно-конституированное (М.М.Ковалевский, Г.В.Плеханов, П.В.Алексеев, Ф.Бродель, И.Валлерстайн), позволяет рассматривать в концептуальном единстве микро- и макроструктурные процессы институционализации туризма.

Особое место в обозначенном ракурсе занимают труды отечественных (Ю.М.Лотман, С.А.Кравченко, В.С.Дудченко, Л.Д.Кудряшов, С.Г.Кирдина) и западных (Г.Гарфинкель, М.Поланьи, М.Линч, Д.Гонос, Х.Эссер, Э.Гидденс, П.Бурдье, К.Поланьи, Н.Флингстин, Д.Норт) ученых, характеризующих трансформирующуюся институциональность в значениях пространственных метаструктур, игровых интерпретативных схем, рамочного и матричного подходов к оптимизации событий в условиях высокой неопределенности. Представленные в работах Ж. Дюмазелье А.С.Ахиезера, Н.И.Лапина М.Арчер, З.Баумана, Г.Блумера, Б.Пойзнера и Э.Соснер, М.С.Отнюковой механизмы кросс-культурной коммуникации институциональных туристских образований дают развернутую характеристику анализируемому явлению, вносят ценный методологический вклад в изучение особенностей динамических процессов конструирования поликультурной системы

туризма:

Вместе с тем аналитический обзор вышеперечисленных работ показывает, что реальные трудности учреждений социального института туризма настоятельно требуют проведения дальнейших теоретико-прикладных изысканий в этой области, систематизации имеющихся знаний, открывающих новые возможности экспликации сложившихся форм туристской практики, выявления более эффективного инструментария оптимизации ее пространственно-институциональной структуры.

Цель исследования состоит в выявлении и комплексном изучении структурных элементов регионального туристско-институционального пространства в условиях современного российского общества на примере Астраханской области.

Реализация данной цели предполагает следующие задачи исследования:

- проанализировать эвристические возможности социального института туризма в системе российского социально-структурного пространства; определить значение социально-перфорируемой функциональности в контексте меж- и внутри институциональных взаимодействий;
- систематизировать основные теоретико-методологические подходы к конституированию туристско-институционального пространства; показать направления субъектно-объектных трансформаций туризма как особого социального феномена;
- раскрыть концептуальные основания и структурообразующие свойства методики метаструктурных матриц оптимизации;
- проследить характерологию становления туристско-институционального пространства Астраханской области сквозь призму декларируемой социально-перфорируемой функциональности;
- осуществить пофакторную экспликацию структуры территориально-локализованного социального института туризма в матрице субъектно-объектного взаимодействия;
- выявить перспективные направления структурирования социально-

производственных отношений регионального туризма; обеспечить наглядность динамики развития туристского региона в матрице сферных интеракций.

Объект исследования: феномен туристско-институционального пространства региона. **Предмет исследования:** процесс оптимизации туристско-институционального пространства в современном российском обществе.

Теоретико-методологической основой исследования служат работы зарубежных и отечественных ученых, изучающих проблемы социальной самоидентификации и конструирования реальности (Ж.Т. Тощенко, М.О. Мнацаканян, С.А. Кравченко, П.Л. Бергер, Ж.Дюмазель), значение институциональных систем в обозначенных процессах (В.В. Радаев, С.Г. Кирдина, И.Н. Игошин, Н. Флигстин). Автор опирался на интегративные концепции П. Бурдье и Э. Гидденса, которые позволяют проследить характер трансформационного развития субъект-объектных отношений в туризме на макро- и микро-социологических уровнях, специфичность формирующихся смыслов-значений, вплетенных в становообразующий каркас институционализированной практической рекурсивности.

В работе задействованы следующие методы общеначального познания: системный и логический анализ, моделирование, эмпирические, включая анкетный опрос, интервьюирование, анализ статистических документов и нормативно-правовых актов, вторичных данных социологических исследований, сравнительно-исторический метод.

Эмпирическая база диссертации включает социологические исследования выполненные в 2002-2005 гг.:

1. «Оценка удовлетворенности отдыхающими кемпингов и турбаз Астраханской области уровнем предоставляемых услуг» (2002 г.). Массовый опрос. Руководитель: Э.А. Зелетдинова, каф. социологии и психологии АГТУ. Объем выборки: 208 чел. Выборка репрезентативная.
2. «Оценка спроса на туристические услуги у жителей г. Астрахани» (2003 г.). Массовый опрос. Руководитель: Э.А. Зелетдинова, каф. социологии и

психологии АГТУ. Объем выборки: 450 чел. – жителей г. Астрахани. Выборка репрезентативная, квотная.

3. «Мониторинг туристических услуг в Астраханской области» (2003 г.). Мониторинг. Руководитель: Э.А. Зеледжанова, каф. социологии и психологии АГТУ. Объем выборки: 968 чел. Выборка репрезентативная.

4. В диссертации обобщаются данные авторского эмпирического исследования «Оценка факторных воздействий на региональный турпродукт участниками туристского рынка Астраханской области», включающего в себя анкетное интервьюирование субъектов турагентской и туроператорской деятельности (май 2005 г., $N = 36$, тип выборки – целенаправленная, формируемая методом снежного кома); потребителей турпродукта – туристов (июнь-август 2005 г., $N = 115$, тип выборки – сплошная, с использованием маршрутного метода); местного населения (июнь-август 2005 г., $N = 350$, тип выборки – репрезентативная, методом Паниотто).

В диссертации также используются: результаты социологических исследований, приведенных в работах Л.М. Яо, Р.И. Хильчевской, М.А. Шабановой, Г.Г. Силласте, В.Г. Левашова; анализ данных статистических сборников и материалов; выступлений членов туристского сообщества и руководства области в СМИ; официальных документов федеральных, региональных и муниципальных органов власти Российской Федерации.

Научная новизна работы характеризуется тем, что в ней:

- предложена авторская точка зрения на роль социального института туризма в системе российского социально-структурного пространства; отражена приоритетность социальной перфорации компенсаторно-оптимизирующей функциональности его институциональной структуры;
- представлена трехмерная модель туристско-институционального пространства, асSEMBлированного сферным и деятельностно-ролевым подпространствами, учитывающая объективные и субъективные стороны туризма как социально-трансформирующегося феномена;
- представлена и обоснована авторская разработка методики метаструктурных матриц оптимизации; отражены эффекты скольжения

полей в туристском пространстве, разграничения социо-культурной контекстуальности и функциональной конкретизации туризма;

- выделены особенности формирования туристско-институционального пространства Астраханской области; показаны кризисные искажения социально-перфорируемых функций региона, отдаленность турпредприятий от реализации значимых проектов по совершенствованию социальной инфраструктуры;

- рассмотрены в матрице субъектно-объектного взаимодействия целенаправленно-оптимизирующие действия туррегиона по полученным количественным показателям пофакторного эксплицирования;

- определены перспективные направления структурирования социально-производственных отношений в туристском регионе; обозначена в матрице сферных интеракций динамика развития краевого туризма по качественным индикаторам факторных модификаций смысловых конструктов.

Теоретическая и практическая значимость работы связана с попыткой решения актуальной для современного этапа российского общества проблемы кризиса социально-перфорируемой функциональности туристско-институционального пространства. Выводы и рекомендации, сделанные на основании диссертационного исследования, могут содействовать оптимизации туристской практики российских регионов, повышению квалификации управленческого персонала турорганизаций, послужить материалом для совершенствования государственной политики в области туризма.

Содержание работы, ее основные положения могут быть использованы при разработке и чтении лекционных курсов в вузах и колледжах по социологии, социальной экологии, а также специализированным дисциплинарным направлениям в туризме, проведении различных социологических спецкурсов.

Выводы, полученные в ходе исследования, представлены в виде основных положений, выносимых на защиту:

1. Рассмотрение социального института туризма сквозь призму социально-структурного пространства, функционально-перфорируемой определенности, ориентирует неподдающийся диагностике и форматированию играизированный дискурс современного российского общества в мониторингово-отслеживаемое пространство «рекреационного конформизма», способствующего разрядке накопившейся энтропийной энергии, выработке общественно-ценных символов, перераспределению базовых капиталов в целях создания разных условий играизации, формированию инфраструктурной и ресурсной платформ пространства возможностей тотального позиционирования в социальной системе, приобщению к интерсубъектной, социокультурной солидарности, обретению контроля над социально-географической средой.

2. Туристско-институциональное пространство региона является собой территориально-локализованную, материально объективированную институциональную структуру смыслопорождения социальной практики туризма в динамическом развитии. В данном контексте многоуровневое ассемблирование учитывает объективные и субъективные стороны анализа туризма в их диалектическом единстве, выделяет локально-диспозиционные поля структурации, упорядочивает коды классификации игрового габитуса.

3. Метаструктурные матрицы конституированного позиционирования агентов социальной деятельности, выкирстализированных факторных отношений в туристско-институциональном пространстве отражают объективную картину развития туррегиона в определенной пространственно-временной структуре. В обозначенном ракурсе эффект скольжения полей репрезентует контекстуальность выделенных региональных локаций туризма, вектор смыслового тока акторов пластификации через механизмы конкретизируемой функциональности.

4. Показатели численности туристов из числа местного населения и тенденция к их увеличению на территории Астраханской области в целом соответствует общероссийским. Вместе с тем структура туристско-институционального пространства региона не в состоянии должным образом

выполнять социально-перфорируемые функции доступности природного и культурного наследия широким массам людей, не располагает соответствующим спектром компенсаторно-оптимизирующих технологий производства и реализации туруслуг, характеризуется недостаточным пониманием административными органами власти нужд бизнеса, турорганизациями выгод от легитимированного ведения открытой предпринимательской деятельности.

5. Выделение методики матрично-метаструктурной оптимизации выступает основной критериальной процедурой смыслового обозначения туристской практики: показывает потребность профессионального сообщества в реально действующей целевой программе развития туризма, его экологизации, отражает приоритетность вовлечения в региональное пространство новых рекреационных зон, механизмов дифференцированного шкалирования турпредложения, рассматривает социокультурные образования в качестве основного элемента перестройки инфраструктуры края посредством наполнения последней этнографо-атрактивным содержанием.

6. Привлечение дополнительных потоков туристов на территорию Астраханской области возможно через активное развитие социальной инфраструктуры, введение в строй единого туристско-информационного центра и визит-офиса ООПТ, разработку продуктивной рекламно-маркетинговой стратегии продвижения краевого турпродукта на рынок, постановку технико-технологических новаций на службу интересам социального института туризма. Немаловажную роль в этом процессе играет позиционирование природно-ориентированной, культурно-исторической составляющей туррегиона, формирование механизмов социализации экологического опыта.

Апробация диссертации осуществлялась на 4-й Всероссийской научно-практической конференции «Наука – XXI веку» (г. Майкоп, апрель 2003г.); Международной научно-практической конференции «Туризм, экология и устойчивое развитие регионов» (г. Тверь, июнь 2003г.); 6-й Международной

научно-практической конференции «Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития» (г. Москва, март 2004г.); Всероссийской научно-практической конференции «Социальная сфера общества: региональные особенности, тенденции развития, подготовка кадров» (г. Санкт-Петербург, май 2004г.); Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию АГТУ (г. Астрахань, апрель 2005г.); Межрегиональной научно-практической конференции «Наука XXI века – индустрия сервиса» (г. Ростов-на-Дону, март 2006г.); Всероссийской научной конференции «Российские регионы в условиях трансформации современного общества» (г. Волгоград, сентябрь 2006г.). По теме диссертационного исследования опубликовано 15 работ, общим объемом 7,8 п.л.

Структура диссертации: работа состоит из введения, двух глав, каждая из которых включает три параграфа, заключения, списка использованной литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В введении обосновывается актуальность темы, показана степень ее научной разработанности, формулируются объект и предмет, цели и задачи исследования, его методологические принципы, выявляются элементы научной новизны, излагаются основные положения, выносимые на защиту, освещается научно-теоретическая и практическая значимость диссертации.

В первой главе «Теоретико-методологические подходы к исследованию российского туристско-институционального пространства» выделяются общие методологические принципы презентации туристско-институционального пространства, раскрывается значение базисных элементов и факторов, формирующих его матричное основание, скрытые механизмы оптимизации.

В первом параграфе «Туризм как объект научного исследования» прослежена эволюция институциональных признаков туристской практики, обозначен основной круг вопросов и дефиниций, вынесенных в плоскость научно-исследовательского анализа, определены выгоды артикулирования компенсаторной функции института туризма в социальном пространстве.

В рамках диссертационного исследования подчеркивается, что отечественное изучение туризма, базирующееся на достижениях рекреационной географии, с распадом некогда единого союзного туристского пространства потребовало институционализации разветвленной системы профессиональных знаний, сосредоточения экономического производства по деятельностным, инфраструктурным и территориальным направлениям. Вместе с тем автор обращает внимание на игнорирование турфирмами преимуществ обработки смысловых поточно-результатирующих следствий ведения бизнеса в фокусе эндогенных, экзогенных факторов, фактическое самоустраниние государства из подконтрольных ему ранее инициативных форм жизни широких масс людей.

В условиях трансформирующегося общества атомизация индивидов подвергает коррозии конструкции прежних образов, способов самоидентификации. Человек становится оторванным от разворачивающихся духовно-пространственных контекстов, замыкаясь в узком жизненном мире аномических игрализированных практик.

Появившийся в последние годы социальный заказ на поиск социально-экономических стратегий улучшения качества жизни социума породил интерес российских научных кругов к феномену социального института туризма, нормативно запограммированного на соответствие выполняемым функциям, отвечающих незыблемому авторитету общечеловеческих ценностей.

С точки зрения диссертанта толкование данного понятия как относительно устойчивого типа, формы социальной практики, отражает возможность рассмотрения последней в пределах социально-структурного пространства, функционально перелицовывающего игрализированный дискурс в систему задаваемых ценностно-смысловых координат. Концентрация сил на отдельном участке социальной материи – планировании игровой сущности рекреации, пронизывающей биографию человека вне зависимости от иерархии статусных отличий, легитимирует

принятые в обществе правила игры, социализирует политическую, гражданско-правовую и инновационную рефлексивность.

В ходе социологического анализа туристской практики автор выделяет в ее структуре компенсаторно-оптимизирующую функцию, ориентированную на смысловое декодирование, выправление кризисных искривлений институциональных форм мировосприятия, обеспечение расширенного доступа людских ресурсов к цивилизационным благам в противовес дискриминации в их пользовании.

Отмечается прямая зависимость адекватного восприятия креативности туруслуг от уровня платежеспособности и образованности клиентуры; формирования коммунарных пластов доверия в социуме от степени интенсивности имперсональной коммуникации в дифференцированных ячейках видового воплощения туризма; необходимость построения диагностического мониторинга, учитывающего прогнозируемость рекурсивной деятельности акторов; проявлений социентального порядка; прерывистость в осмыслиении структур, центрированную с ией возможность нарушений диалектически обусловленных действий, а также границы функциональной лимитации этих нарушений.

Во втором параграфе «Концептуальные основы формирования туристско-институционального пространства» показан генезис институализированной туристской практики в социально-структурном пространстве, исследуется результирующая инновационность субъектно-объектного, факторного позиционирования, полей и уровней дуальной трансформации.

Обозрение социально-гуманитарных подходов к практическим преобразующей деятельности индивида (А.П. Алексеев, П. Бурдье, К. Коффка, В.Г. Виноградский, С.А. Шавель, А.Ф. Филиппов и др.) подвигло доктора наук выдвинуть тезис о процессуальности пространственно-территориальной локализации, сферно-ролевой взаимосогласованности социального института туризма не только в физическом, виртуальном, но и в

социально-обозначенном пространстве, в локусах общественно-институционализируемых интеракций.

При рассмотрении многомерной модели туристско-институционального пространства автором выделены два образующих его уровня:

- totally-substantial, обуславливающий существование факторов с позиции антропоцентрической концепции устройства общества. Изучение туризма через призму играизированного аспекта статусно-ролевых отношений социальных агентов позволяет увидеть все разноцветие конструируемой туристской реальности, вплетенных в нее нитей генерирующего начала индивидуума и габитуализационных экспекций;
- factorно-фрагментарный, признающий теорию факторов движущей силой социального развития. Здесь находят свое выражение механизмы оценок масштабов, темпов и ориентированности организаторов туристской практики в условиях взаимопроникновения сфер общественной жизни. При этом анализ многофакторной архитектоники содержит противовесов социального мира помогает локализовать в социальном каркасе туризма институциональные, социокультурные элементы, интегрированная взаимозависимость которых указывает на воплощенность социально-классовых, профессионально-деловых, играизированных структур в самом акторе, творящем и преобразующем.

В обозначенном ракурсе туристский регион оказывается разделенным соответствующими подпространствами на четыре сектора, каждый из которых отличается функциональной взаимозависимостью и опосредованностью; открывает новые каналы теоретических изысканий. Выделенные сегменты отображают воздействие факторов экзогенетической плоскости на иерархическую структуру мотиваций субъекта и объекта туризма, их взаимообусловленность от эндогенной отраслевой логики поля.

Диссертантом показаны эффекты топологической гибкости, отсутствия жесткой субъектно-объектной дихотомии в туристском пространстве, постулируется близость взаимодействующих смысловых структур, производящих сходные практики посредством извлечения

конкретизирующего материала производственных отношений из социальности институциональной среды, моделей притяжения рекреантов.

Отмечается факт инициации туристской общественности, констатируется приоритетная роль профессиональных объединений в опережающих процессах формирования гражданского, ценностно-правового самосознания туристов, учитывающих социально-экономические интересы сторон в построении легитимно воспринимаемого населением и бизнесом туркомплекса.

В третьем параграфе «Роль факторов в конструировании метаструктурных матриц оптимизации территориально-локализованного социального института туризма» проведен концептуальный анализ рамочных систем структурирования социальных отношений, раскрыто значение факторов, определяющих развитие институциональных учреждений туризма.

На основе изучения различных теоретических подходов, разработанных целым рядом отечественных и зарубежных исследователей (Э. Гоффман, П. Бурдье, Н. Флигстин, С.Г. Кирдина, Ю.М. Лотман и др.), диссертант дает определение метаструктурной матрицы оптимизации как схемы пространственно-институциональной типологии, осмыслиения и адекватной интерпретации проявлений конкретного вида социальной практики, основной функцией которой является упорядочение, воздействующей на нее факторной комбинаторики институциональной среды.

В рамках диссертационного исследования подчеркивается, что знание структурной композиции туристского пространства позволяет заинтересованным лицам успешно осуществлять дешифровку перфораций, онтологической канвы практики туризма, сигнифицировать критерии и кластеры ее оценок, оперативно прокладывать оптимальные пути движения в социально-заданной институциональности, обозначивать шероховатости отрасли, рефлексивность субъектно-объектных взаимодействий.

С точки зрения автора, туристско-институциональное пространство может быть представлено двумя конституирующими его основу

метаструктурными матрицами - продуктами сопряжений сферного и деятельностно-ролевого подпространств, раскрывающих возможность параметризации смысловой характерологии полей институциональной структуры в тот момент времени, в который посчитает для себя необходимым ранее оговоренная тематика сочетаний и структурирований.

Далее в диссертации развертывается тезис о приоритетности слияния рациональных и эмоциональных компонентов потребностей личности в форме обязательной, легитимированной классификации туробъектов (звезд, категорий), содержательно варьирующихся в зависимости от территориальной контекстуальности, учета психологического, культурного кода прибывающих. Обосновывается значение целерационального моделирования мотиваций, обязательность соответствия туристского производства механизмам сориентированного генерирования во избежание кризиса социально-перфорируемой институциональности.

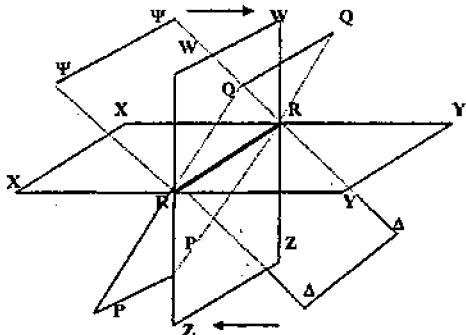


Рис. 1. Трехмерная модель туристско-институционального пространства:
 XXYY - сферное подпространство (факторно-фрагментарный уровень – сферная матрица);
 WWZZ - деятельностно-ролевое подпространство (тотально-сущностный уровень – субъект-объектная матрица);
 QQPP – подпространство возможных комбинаций (задается целью конкретного исследования);
 RR – территориально-локализованный социальный институт туризма (туррегион);
 WWWД – функциональный уровень социального института туризма.

Автор отмечает глубокую взаимозависимость туррегионов в процессах глобализации, получающую свое отражение в топологическом эффекте скольжения полей в туристском пространстве. В означенном ключе любое смещение подпространства WZ по оси подпространства XY может

объективировать наличие конкретного пространственно-территориального образования туризма РР, совмещение составных уровней которого идентифицирует соответствующую институализированную социально-экономическую систему, неповторимую по сочетанию стержневых для нее природных, социальных, экономических и иных условий (см. рис. 1).

Существование туристского поликультурализма обретает очертания в параллельном соотнесении метаструктурных матриц туррегионов, акцентирует их контекстуальность, предостерегает от сопоставлений, игнорирующих автохтонные смысловые спецификации, экспонирует «социокультурное» по ландшафтным, квадратическим, социально-ответственным, потребительским и деятельностным характеристикам.

По мнению диссертанта, включение в туристско-институциональное пространство векторного уровня функциональности предоставляет исследованию дополнительные методические возможности:

- 1) позволяет произвести комплексное соотнесение нормативно-функциональных задач институциональных пространств с учетом отличий территориальной дислокации; устранить несоответствия в каналах коммуникации; очеркть приоритеты в решении социальных проблем;
- 2) помогает структурировать критерии оценок функционирования социального института туризма, выступать магистралями канализирования смысловой сообразности в матричные схемы оптимизации посредством диспозиционирования границ порождения семантических конструктов;
- 3) актуализирует выполнение базовых, специфических функций туристского пространства в субъектно-объектной, сферной и в любой другой вариации полифакторной комбинаторики метаструктурных матриц;
- 4) содействует подведению нормативно-институциональных функций под формирование новых конструктивных уровней (например, QQPP).

Во второй главе «Тенденции и перспективы развития туристско-институционального пространства региона» рассматривается

региональный аспект становления, эволюции туристской практики в условиях российского общества, определяются факторно-конституированные блоки и направления матричной оптимизации по выделенным показателям.

В первом параграфе «Специфика параметризации социальной практики туризма в Астраханской области» отмечается разрыв туризма с ориентациями большинства населения, а также декларируемый характер исполняемых им функций.

Осуществленный диссертантом критериальный анализ российской туристской практики демонстрирует существенное опережение развития элитарного выездного туризма над внутренними формами турдеятельности. В работе подчеркивается пагубность такой линии, приводящей к социальной атрафакции созидательно-социализирующих механизмов отечественного института туризма, снижению доли общественно-полезной нагрузки по преобразованию местных инфраструктур, ограничению возможностей в создании перспективных туристских локализаций. В то же время на основе аналитики статистических данных автором отмечается постепенное возрастание интереса отдыхающих к турресурсам своей страны, сдерживающего в настоящих условиях фактом прорывания процесса институционального структурирования, рассогласованности целей государства, общества и бизнеса.

Далее в диссертации рассматриваются природно-географический и культурно-исторический факторы эволюционирования Астраханского региона, обуславливающие степень интегрированности последнего в общероссийское туристско-институциональное пространство. Выделены основные компоненты природно-географической составляющей: ресурсы курортных местностей дельты реки Волги, Волго-Ахтубинской поймы, заповедного фонда области, открывающего благодаря своей уникальности новые горизонты экологически ответственного освоения сопредельных с ним территорий.

Обозначен спектр популярных культурно-исторических объектов и маршрутов, показана положительная динамика индикаторов экономического роста отраслей производства, сферы услуг, транспорта, доходов местного

населения, сокращения безработицы, прямо или косвенно содействующих модернизации территориально-локализованного социального института туризма, годовой оборот бизнес-структур которого по расчетам экспертов составляет 10 % ВРП или около 100 млн. долларов. Несмотря на позитивные подвижки в структуре приема, фиксируется отставание турпредприятий по обозначенному параметру. Причина этого объяснима: элитарный и неучтенный характер отдыха рекреантов, уход организаций из-под налогового обложения, массовость нелегализованных турбаз (до 60% их общей численности), потоков неорганизованных туристов. Данная ситуация неизбежно влечет за собой нагнетание высокого уровня неопределенности рыночной среды, нарастание зависимости руководства турфирм от экономически несовершенной парадигмы в организации предпринимательской деятельности, фандрайзинга.

Диссертант выявляет причины популярности Астраханского региона на российском туррынке, связывая их со стабилизацией обстановки на Северном Кавказе, экономической ситуацией в стране, акцентирует внимание на сдерживающих факторах: высоких ценах на турпродукт, несоответствии инфраструктуры мировым требованиям (из 17 гостиниц только 3 имеют звездную классификацию), ее сезонной ориентированности на охоту и рыбалку.

При этом автор приходит к заключению, что переориентация въездного туризма должна вестись каждым территориально-локализованным образованием туристско-институционального пространства не столько на материально-производственном, квадиметрическом уровне, сколько на уровне социальном – на стадии конструирования туристской реальности, где даже обыденное становится оригинальным – элементом потребительского ажиотажа.

Во втором параграфе «Возможности субъектно-объектной оптимизации туристско-институционального пространства региона (эмпирический аспект)» отражены процессы содержательной тематизации матрицы деятельности-ролевого взаимодействия, осмыслиения вектора информационного кровотока, конкретизирующего структуру туризма через

отслеживаемые сокращения факторных артерий – ценностно-мотивационных и социально-сферных (см. табл. 1).

- Проведенное автором социологическое исследование показывает, что:
- несмотря на непопулярность в России дробления отпускного периода на краткосрочные программы (3-4 дня), региональные тенденции отображают обратное – 77,4% респондентов считают путешествия с интервалами перспективными, а 18,2% уже пользуются этим вариантом. Выявленный факт чрезвычайно актуален, так как позволяет предоставлять генерированные в туристском пространстве туруслуги круглогодично;
 - стабильный рост туристского обмена за рубежом резко контрастирует с общероссийской спецификой – около 60% опрошенных из числа местного населения не имеют возможность включиться в туризм по причине испытываемых финансовых трудностей, предъявляют спрос на низкозатратный отдых, формируя очертания сегмента потенциального массового рынка, где получение прибыли не имеет самодовлеющий характер в настоящем. И хотя 25% туроператоров области реализуют населению относительно дешевые туристско-экскурсионные программы, отсутствие инструментария экологической социализации, суженный спектр основных услуг дает право диссиденту классифицировать их как социально-приемлемые, нежели как социально-перфорируемые и ответственные туры;

«Таблица 1»
Метаструктурная матрица субъектно-объектного взаимодействия
в туристско-институциональном пространстве

Субъект и объект туризма	Блок анализируемых в социологическом исследовании вопросов (метаструктурные (количественные) составляющие оптимизации субъектно-объектной матрицы туристско-институционального пространства – “...”)					
YYRR	Wa	Wb	Wc	Wd	We	Wf
Туристы (Wn...)	цели, мотивации;	калиметрические критерии турпродукта, степень факторной адаптации, включенность в инокультурную среду;	экономическая целесообразность, критерии самодентификации;	возможность инновационного преобразования института туризма;	ценностное отношение к природе, уровень экологического сознания;	результаты осуществленности тура, информирования через каналы коммуникации, прогнозирование и оценка деятельности на перспективу.
ХХRR						
Туроператоры (Za)						
Турагенты (Zb)						
Местное население (Zc)						

- основная часть активного населения (82,6%), связывает с эволюцией института туризма определенные целедостижения (трудоустройство, снятие социальной напряженности), предлагает свою помощь (20,9%) в организации этнографических туров, создавая условия по сохранению и воспроизведству автохтонных образований, обретению турфирмами опоры в социальной среде;
- социально-объектную базу деятельности турпредприятий складывают представители коммерческих структур (19,7%), служащие и административно-чиновничий аппарат (48,7%), рабочие (22,6%), учащиеся и студенты (7,8%), считающие комфортабельность и качество приобретаемых туруслуг, культуру обслуживания неотъемлемым атрибутом процесса потребления. Следует отметить, что высоко и средне обеспеченные туристы ставят эти факторы в ранг первостепенных, правда, последние ссылаются на их необоснованную дороговизну; 26,9% отдыхающих усматривают определенные недостатки в инфраструктурном оснащении региона, считая, что по некоторым параметрам они еще далеки от совершенства западных аналогов. Констатируется усиление позиций в туристско-институциональном пространстве потребителей из числа «среднего класса» и состоятельной клиентуры; необходимость поощрения турорганизациями дифференциации регионального предложения по видам и категориям, приближения его к месту концентрации людских ресурсов, равного доступа к объектам туристского интереса всех социальных групп; потребность игроков туррынка в реально действующей программе развития туризма; стремление турагентов подключиться к проектированию краевого турпродукта.
- привлекательность региона прямо пропорционально влияет на количество «возвратных» туристов - 62,6% респондентов намерена вновь посетить Астраханскую область с туристскими целями; на своеобразие сегментации туррынка, где преобладают мотивации духовно-релаксирующего содержания - «набор предоставляемых услуг» (30,6%), «отдых вдали от цивилизации» (31,3%), «с семьей и друзьями» (20,9%); на динамику половозрастной структуры, характеризующейся возрастанием физически-активной доли

туристов от 30 до 50 лет.

В этом параграфе автор обозначивает наряду с положительными и отрицательные стороны регионального института туризма: относительно низкий уровень адаптации турфирм к привносящимся в туристскую практику новым смысловым конструктам, требованиям времени, их неспособность объять многовариативность проявлений субъектно-объектной габитуализации.

Третий параграф «Иновационные направления структурирования социально-производственных отношений в туризме» посвящен выделению и анализу перспективных направлений структурирования социально-производственных отношений в туррегионе, детализации возможностей дальнейшего применения методики метаструктурных матриц оптимизации.

В работе подчеркивается, что формирование экоцентрического имиджа турпредприятий, экологического сознания представителей туристско-институционального пространства является приоритетным шагом любого российского туррегиона, ибо связывает собой метаструктурную контекстуальность мирового туризма в условиях открытого общества.

В ходе социологического исследования диссертантом выявлены некоторые тенденции процесса экологизации турпродукта в Астраханской области:

- сигнифицируется наличие в экологическом сознании потребителей весомой доли антропоцентрических элементов - 37,4% респондентов, что на 2,4% превосходит уровень предыдущего периода, рассматривают природу как источник потребления;
- фиксируется возрастание количества туроператоров (до 6,2%), позиционирующих свою деятельность как «экологическую», туристов (на 11,1%), готовых принять участие в природоохранных мероприятиях по восстановлению нарушенных экосистем; отмечается постепенное смещение акцентов в организации туров с ресурсно-эксплуатационных ориентаций на мотивации культурно-познавательного характера.

Несмотря на положительное в целом отношение туроператоров (81,25% против 55% турагентов) к проблеме развития различных форм экологического туризма в регионе только 31,2% опрошенных туроператорских компаний согласны на всестороннюю экологизацию туруслуг, и лишь 25% - на вовлечение в туристское пространство сопредельных с заповедниками природных зон. Автором прослеживаются причины этого явления в эффекте замкнутости тубизнеса на подотчетных ему территориях, финансовых трудностях технико-технологического переоснащения, недостаточном понимании трактовки созидающего природно-ориентированного отдыха.

В рамках данной диссертации актуализированы критерии текущего инновационного перевооружения краевой туристской инфраструктуры, включая мероприятия, направленные на рационализацию рекламно-коммуникационной составляющей. Отмечено двукратное снижение значения до сих пор самого верного источника информации о регионе, традиционно получаемой туристами из вторых рук, - «от друзей и знакомых», с одновременным укреплением позиций в сегменте СМИ, цепочке «продавец - покупатель». Определено, что более половины фирм осуществляют маркетинговые исследования собственными силами (специалистов привлекают 31,2% туроператоров), интуитивно подстраиваясь под работу турлидеров.

«Таблица 2»

Метаструктурная матрица сферных (факторных) интеракций в туристско-институциональном пространстве (динамика изменений смысловых конструктов)

На взгляд диссертанта, особую роль в популяризации региона мог бы сыграть региональный туристско-информационный центр (ТИЦ), который должен предусматривать качественную рекламу, маркетинговое сопровождение краевого турпродукта в субъектах Федерации, где рекреационные ресурсы для длительного отдыха слабо представлены, но сосредоточено большое число потребителей туруслуг. В Астраханской области функции экотуристской социализации подрастающего поколения, трансформации мировоззрения местных сообществ следует делегировать единому визит-центру ООПТ в г. Астрахани, а также социально-ответственным турпредприятиям, выступающими в качестве архитекторов социальной реальности в пределах сформированных ими матрично-оптимизированных пространств.

В связи с этим в работе предлагается внедрение в практическую деятельность турфирм мониторинга факторно-метаструктурных построений, инициируемого в целях полноценного планирования деятельности туррегиона на всех уровнях субъектно-объектной дислокации (см. табл. 2). Применение матрицы сферных интеракций позволяет оперативно актуализировать в процессе осевых пересечений формообразование ограничений/свобод факторно-фрагментарного уровня, разглядеть в «безжизненных потенциях» смысловую сообразность, предсказуемость и сценарии метавзаимодействий, отобразить комплекс конкретных мер по нейтрализации искажений туристско-институционального пространства.

В итоге автор приходит к выводу о том, что стратегия корректирующих мероприятий территориально-локализованного института туризма должна включать априорно присущие ему механизмы методики матричной оптимизации; действия соответствующих структур следует интегрировать в долгосрочные программы с четко обозначенными приоритетами; принимать участие в развитии и рефлексивном отслеживании результатов туризма должны все группы российского общества.

В заключении диссертации формулируются общие выводы проделанного исследования.

По теме диссертации опубликовано:

1. Леухин, А.Н. Идентификация экологического сознания участников астраханского туристского рынка [Текст] / А.Н. Леухин // Вестник АГТУ: науч. журн. – Астрахань: Изд-во АГТУ. - 2006. - №3(32). – С. 172-177 (0.4 п.л.).
2. Леухин, А.Н. Специфика и роль факторов в конструировании метаструктурных матриц оптимизации туристского процесса [Текст] / А.Н. Леухин // Вестник АГТУ: науч. журн. – Астрахань: Изд-во АГТУ. - 2006. - №5(34). – С.120-126 (0.4 п.л.).
3. Леухин, А.Н. Туристское пространство РФ в контексте социологического анализа [Текст] / А.Н. Леухин // Современные гуманитарные исследования: журн. – Москва: Изд-во «Спутник+». – 2006. - № 4(11). – С. 300-302 (0.2 п.л.).
4. Леухин, А.Н. Имидж туристской отрасли Астраханского региона и перспективы ее развития в XXI веке [Текст] / А.Н. Леухин // Наука: поиск 2003: сб. науч. ст. / Отв. ред. Н.Т. Берберова. - Астрахань: Изд-во «ЦНТЭП», 2003. – Вып. 1. - С. 167-172 (0.3 п.л.).
5. Леухин, А.Н. Экологические проблемы развития туризма в Астраханской области [Текст] / А.Н. Леухин // Туризм, экология и устойчивое развитие регионов: Материалы Международной науч.-практ. конф. / Отв. ред. О.А. Тихомиров. – Тверь: Изд-во ТвГУ, 2003. – С.231-233 (0.2 п.л.).
6. Леухин, А.Н. Астраханский биосферный заповедник – важнейший ресурс развития экологического туризма в Астраханской области [Текст] / А.Н. Леухин // Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: Труды 6-й Международной науч.-практ. конф. / Под ред. А.А. Федулина. – Москва: Изд-во МГУС, 2004. – Вып. 2. – С. 68-74 (0.3. п.л.).
7. Леухин, А.Н. Организация самодеятельного туризма как приоритетная составляющая развития туристской индустрии в Астраханской области [Текст] / А.Н. Леухин // Наука: поиск 2003: сб. науч. ст.: В 2 т. – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2004. – Вып. 2. – Т.1. – С. 240-244 (0.3 п.л.).
8. Леухин, А.Н. Инновационные подходы к развитию сферы туризма в Астраханской области [Текст] / А.Н. Леухин // Социальная сфера общества: региональные особенности, тенденции развития, подготовка кадров: Материалы Всероссийской науч.-практ. конф.: В 5 т. / Отв. ред. В.Н. Соловьев. - Спб.: Изд-во СПбГАСЭ, 2004. – Т. 4. - С. 85-88 (0.2 п.л.).

9. Леухин, А.Н. Роль социологического знания в развитии туризма [Текст] / А.Н. Леухин // Наука: поиск 2005: сб. науч. ст.: В 2 т. / Отв. ред. Н.Т. Бербсрова. - Астрахань: Изд-во АГТУ, 2005. -- Т.1. -- С.254-258 (0.2 п.л.).
10. Леухин, А.Н. Деловые качества специалиста сферы туризма в условиях постиндустриального глобализма [Текст] / А.Н. Леухин // Формирование образа специалиста в индустрии туризма: сб. ст. - Москва: Изд-во Прометей, 2005. -- С. 82-89 (0.3 п.л.).
11. Леухин, А.Н. Конструирование социальной реальности в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] / А.Н. Леухин. -- Астрахань: Изд-во АГТУ, 2006. -- 40 с. (1.6 п.л.).
12. Леухин, А.Н. Экологическое сознание в туризме [Текст] / А.Н. Леухин. -- Астрахань: Изд-во АГТУ, 2006. -- 44 с. (1.8 п.л.).
13. Леухин, А.Н. О переосмыслении социально-экологического потенциала Богдинско-Баскунчакского заповедника [Текст] / А.Н. Леухин // География и туризм: сб. науч. труд. / Отв. ред. А.И. Зырянов. - Пермь, 2006. -- Вып. 2. -- С. 130-139 (0.5 п.л.).
14. Леухин, А.Н. Конструирование социальной реальности в туризме: практика, проблемы, перспективы [Текст] / А.Н. Леухин // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг: сб. науч. ст. / Отв. ред. В.Г. Ильин. - Ростов-на-Дону: Изд-во РИС ЮРГУЭС, 2006. - Вып. 5. - Ч.1. - Т.1 -- С. 135-149 (0.9 п.л.).
15. Леухин, А.Н. Индикаторы включенности региональных туристских структур в факторно-конституируемое туристское пространство России [Текст] / А.Н. Леухин // Российские регионы в условиях трансформации современного общества: Материалы Всероссийской науч. конф. / Отв. ред. И.В. Василенко. -- Волгоград: ВолГУ, 2006. -- С.265-269 (0.2 п.л.).

Тираж 130 экз. Заказ 845 от 10.11.06.
Типография АГТУ.
414025, Астрахань, Татищева, 16.