

ПАНДЕМИЧЕСКИЙ ФАКТОР ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ ТУРИЗМА В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Д. В. Ефремова

*Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола
(Россия)*

Введение. В статье рассматриваются основные показатели туризма как социального института, проводится анализ статистических данных, предлагается анализ анкетного опроса, на основе которого описываются важнейшие изменения, произошедшие в институте туризма на фоне пандемии 2020 года. В современной социологической науке практически отсутствуют исследования данного института, его влияния на общество, происходящие в нём трансформации. Проникновение туризма во многие сферы общественной жизни даёт новые возможности для характеристики этого института не только как сферы экономики, но и как всеохватывающей сферы.

Методы. Статья основана на анализе статистических данных Всемирной туристской организации, Росстата. Приведён анализ социологического исследования методом анкетирования граждан РФ в возрасте от 22 до 55 лет.

Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение. Пандемия 2020 года бросила вызов всему обществу и оказала, пожалуй, сильнейшее воздействие на институт туризма, и дело не только в экономической составляющей. Сейчас, когда можно говорить о туризме – врачевателе современного человека, экономическая составляющая отходит на второстепенный план. Появление COVID-19 рассматривается как переломный момент. С точки зрения туризма, случилось немыслимое. Если раньше отрасль боролась с проблемами избыточного туризма, то затем внезапно переместилась в кризис всего сектора. Границы закрыты, поездки запрещены, общественная деятельность сокращена, а людям рекомендовано оставаться в своих домах. Произошли трансформации не только в общественной жизни, но и внутри самого человека. Анализ социологического исследования даёт чёткое представление о происходящих изменениях, о смещении ориентиров современного общества потребления.

Заключение. Проанализированная работа, а также анализ статистических данных и данных анкетирования подтверждают тезис о том, что пандемический фактор дал толчок к трансформации института туризма, его переориентации.

Ключевые слова: институт туризма; институционализация; общество потребления; пандемия 2020; трансформация.

Список литературы

1. Осауленко А. П. Туризм как социальный институт: дис... д-ра социол. наук. 22.00.04. М., 2002. 300 с.
2. Туризм, коммуникация, реклама в обществе потребления / под ред. В. П. Шалаева. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. 373 с.
3. Фролова Ю. Г. Психосоматика и психология здоровья: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. Минск: Оформление, 2003. 170 с.
4. Официальный сайт Всемирной туристической организации. URL: <https://www.unwto.org/>, свободный (дата обращения 27.01.2021).
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://>

[//rosstat.gov.ru/](https://rosstat.gov.ru/), свободный (дата обращения 25.12.2020).

6. Higgins-Desbiolles F. The potential for justice through tourism // *Via Tourism Review* (Online journal). 2018. № 13. Retrieved 3 April 2020. URL: <https://journals.openedition.org/viatourism/2469>. DOI:10.4000/viatourism.2469.

7. Monbiot G. How sustainability became «sustained growth». URL: <http://www.monbiot.com/2012/06/22/how-sustainability-became-sustained-growth/> (дата обращения 20.01.2021).

8. Roitman J. Anti-crisis. Durham: Duke University Press, 2014. 157 p.

9 Street F. Is the cruise industry responsible for overtourism? // CNN Travel online. Retrieved April 2020. URL: <https://edition.cnn.com/travel/article/overtourism-cruise-industry/index.html> (дата обращения 20.01.2021).

10. Is Decoupling GDP Growth from Environmental Impact Possible? / Ward J. D., Sutton P. C., Werner A. D., Costanza R., Mohr S. H. // PLOS ONE. 2016. № 11 (10): e0164733. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0164733>.

11. Шалаев В. П. Институт туризма в глобальном обществе потребления // Наука и туризм: стратегии взаимодействия / Министерство науки и высшего образования РФ, Алтайский государственный университет; под ред. Редькина А. Г. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2021. Вып. 13. 5–16 с.

Авторская справка

ЕФРЕМОВА Дарья Владимировна, старший преподаватель, Поволжский государственный технологический университет, г. Йошкар-Ола, Россия.

E-mail: EfremovaDV@volgatech.net

UDC 316.422.42

DOI: 10.25686/2410-0773.2022.1.65

PANDEMIC 2020 AS A FACTOR OF THE INSTITUTIONALIZATION OF TOURISM IN THE CONSUMER SOCIETY

D. V. Efremova

Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola (Russia)

Introduction. The article examines the main indicators of tourism as a social institution, analyzes the statistical data. An analysis of the questionnaire survey is carried out, on the basis of which the most important changes that have occurred in the Institute of Tourism against the background of the 2020 pandemic are described. In modern sociological science, there are practically no studies of the institute of tourism, its impact on society, the transformations taking place at the institute. The penetration of tourism into many spheres of public life gives new opportunities to characterize the institution of tourism not only as a sphere of the economy, but also as an all-encompassing sphere.

Methods. The article is based on the analysis of statistical data from the World Tourism Organization, Rosstat. The analysis of the sociological research, by the method of questioning the citizens of the Russian Federation at the age from 22 to 55 years.

Results. Pandemic 2020 has had perhaps the strongest impact on the institution of tourism, and it's not just the economic component. Now, when we can talk about tourism - the healer of modern man, the economic component is relegated to a secondary level. The arrival of COVID-19 has been viewed as a watershed moment. In terms of tourism, the unthinkable has happened. While previously the industry was grappling with concerns of overtourism, we suddenly have been catapulted into a collapse of the entire sector. Borders have been closed, travel has been banned, community activities have been curtailed, and people have been encouraged to stay in their homes. Transformations took place not only in public life, but also within the person himself. The analysis of sociological research gives a clear idea of the changes taking place, of the shift in the guidelines of the modern consumer society.

Conclusion. The analyzed work and analysis of statistical data and survey data confirms the thesis that the 2020 pandemic gave an impetus to the transformation of the institution of tourism, to its reorientation.

Keywords: institute of tourism; institutionalization; consumer society; pandemic 2020; transformation.

References

1. Osaulenko A. P. Tourism as a social institution: dis... doc. social sciences. 22.00.04. Moscow, 2002. 300 p.
2. Tourism, communication, advertising in the consumer society. Shalaeva V. P. ed. Yoshkar–Ola, VSUT, 2016. 373 p.
3. Frolova Yu. G. Psychosomatics and health psychology: textbook. allowance. 2nd ed. Rev. and add. Minsk, Registration, 2003.170 p.
4. Official site of the World Tourism Organization. Available at: <https://www.unwto.org/>, free (accessed 27.01.2021).
5. Official site of the Federal State Statistics Service. Available at: <https://rosstat.gov.ru/>, free (accessed 25.12.2020).
6. Higgins-Desbiolles F. The potential for justice through tourism. *Via Tourism Review*. 2018. No 13. Retrieved 3 April 2020. Available at: <https://journals.openedition.org/viatourism/2469>. DOI:10.4000/viatourism.2469.
7. Monbiot G. How sustainability became «sustained growth». Available at: <http://www.monbiot.com/2012/06/22/how-sustainability-became-sustained-growth> (accessed 20.01.2021).
8. Roitman J. *Anti-crisis*. Durham: Duke University Press, 2014. 157 p.
9. Street F. Is the cruise industry responsible for overtourism? CNN Travel online. Retrieved April 2020. Available at: <https://edition.cnn.com/travel/article/overtourism-cruise-industry/index.html> (accessed 20.01.2021).
10. Ward J. D., Sutton P. C., Werner A. D., Costanza R., Mohr S. H. (2016). Is Decoupling GDP Growth from Environmental Impact Possible? *PLOS ONE*, 11 (10): e0164733. Available at: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0164733>.
11. Shalaev V. P. Institut turizma v global'nom obshchestve potrebleniya [Institute of Tourism in the Global Consumer Society]. *Nauka i turizm: strategii vzaimodeystviya* [Science and Tourism: Strategies for Interaction]. Ministerstvo nauki i vysshego obrazovaniya RF, Altayskiy gosudarstvennyy universitet; pod red. Red'kina A. G. Barnaul, Izd-vo Alt. un-ta, 2021. Vyp. 13. Pp. 5–16.

Author's bio

EFREMOVA Daria Vladimirovna, senior lecturer of the Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola, Russia.
E-mail: EfreмоваDV@volgatech.net.

Библиографическая ссылка

Ефремова Д. В. Пандемический фактор институционализации туризма в обществе потребления // *SocioTime / Социальное время*. 2022. № 1 (29). С. 65–75. DOI: 10.25686/2410-0773.2022.1.65

