

Министерство спорта, туризма и молодежной политики  
Департамент по молодежной политике, физической культуре, спорту  
Администрации Томской области  
Томский государственный университет  
Факультет физической культуры

# **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ И ОБРАЗОВАНИЕ**

*Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции  
с международным участием,  
посвященной памяти В.С.Пирусского*

Томск, 14-15 ноября 2013 года

в условиях детского оздоровительного лагеря. Профессионально-педагогическая компетентность вожатого выражается в его готовности самостоятельно выполнять возложенные на него функции, выстраивать и преобразовывать профессионально-педагогическую деятельность адекватно ситуации и своим способностям.

#### **Список литературы:**

1. Амосова Н. О. Психологическое здоровье студентов педагогов и его профессиональная значимость // Сибирский психологический журнал. 2012. №44. С.31-35.

2. Кузьмина Н.В. Акмеологическая теория повышения качества подготовки специалистов образования. М. : Исслед. центр проблем качества подготовки специалиста, 2001. 104 с.

3. Тарасова Л.В. Профессиональная компетентность, как структурный компонент личности // Журнал прикладной психологии, 2005. №4. С. 45.

4. Хуторский А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования // Ученик в обновляющейся школе. – М.: ИОСО РАО, 2002. С. 135-137.

5. Чагина Н.С. Формирование социально-педагогической компетентности вожатого детского оздоровительного лагеря. М., 2008. 157 с.

### **ДОСУГОВЫЕ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ**

Корейш А.С. (*Национальный исследовательский  
Томский государственный университет, г. Томск*)

К исходу XX столетия туризм стал нормой жизни современного человека, одним из эффективных средств удовлетворения досуговых потребностей населения. Благодаря растущей взаимосвязи и взаимозависимости стран, в результате открытости границ и увеличения масштабов международной торговли, охватывающей не только обмен товарами и капиталом, но и услугами, туризм в настоящее время приобретает все более массовый характер. Он представляет собой один из видов досуговой жизнедеятельности, в процессе которой восстановление работоспособности сочетается с культурно-познавательной, духовно-нравственной, развлекательной деятельностью. По мнению С.Е. Щеглова, *туризм по своей природе социален*, так как это деятельность людей в рамках развитого цивилизационного человеческого общества [6]. Аксиологический анализ туризма может дать многое для изучения его современного состояния, поскольку ценности входят в число основных компонентов мотивации человеческой деятельности, во многом детерминируют специфику восприятия индивидом окружающей действительности и особенности его поведения.

Основы аксиологического подхода в социологии заложены в трудах М. Вебера и Т. Парсонса. Труды этих классиков социологии дают возможность четко выделить два уровня анализа функционирования ценности в обществе:

- микроуровень (уровень личности и межличностного взаимодействия);
- макроуровень (уровень общества).

Т. Парсонс в масштабах общества в целом рассматривает ценности как высшие принципы организации социальных систем, выполняющие функции интеграции и поддержания социального порядка. Ценности так направляют активность индивидов, чтобы она не угрожала стабильности социальной системы. Они являются своего рода средством контроля над индивидами. Одной из главных задач социологии, по Веберу, является анализ смысловых структур социальной жизни, а они неизбежно связаны с ценностными представлениями: «Достоинство личности состоит в том, что для нее существуют те ценности, с которыми она соотносит свою жизнь...» [1]. М. Вебер, изучая феномен ценности в рамках концепции социального действия, применяет микроуровень анализа функционирования ценности в социуме. Ценности, наряду с целями, аффектами и традициями, выделяются им как основные мотивы человеческой деятельности. Анализ ценностей, предложенный М. Вебером, позволяет рассмотреть туризм как сферу социальной деятельности, в которой происходит реализация жизненных ценностей личности. Понятие ценности является одним из важнейших понятий, позволяющих не только объяснить человеческие действия, но и понять его внутренний мир, приблизиться к разгадке индивидуального и коллективного целеполагания.

Туризм можно рассматривать как определенный вид деятельности, включающий в себя цель, средство, результат и сам процесс деятельности. Поэтому для характеристики туризма уместно будет использовать субъектно-деятельностный подход. Он предполагает выявление специфики туристской деятельности и ее мотивационной составляющей. Суть этого подхода состоит в понимании деятельности как специфически человеческого способа отношения к миру, в котором человек выступает как субъект деятельности, а осваиваемые им явления мира – как ее объекты. Если основанием деятельности является сознательно формулируемая цель, то основание самой деятельности лежит в сфере мотивов и ценностей соответствующей культуры. Исследование мотивационной составляющей деятельности предполагает анализ ценностных ориентаций личности.

*Ценностные ориентации* – это сложный феномен, являясь нераздельной частью системы отношений личности, они определяют поступки и поведение человека. А.Г. Здравомыслов определяет ценностные ориентации личности как ось сознания, «обеспечивающую устойчивость личности, выраженную в направленности потребностей и интересов. В силу этого ценностные ориентации выступают важнейшим фактором, регулирующим, детерминирующим мотивацию личности» [2, с. 83]. Взаимосвязь потребностей и ценностей проявляется в том, что потребности человека зависят не только от особенностей его организма, но и обусловлены процессом его воспитания в широком смысле слова, то есть приобщения к миру человеческой культуры. Ценностное отношение личности к действительности является высшим уровнем в иерархии человеческих побуждений, потребностей и интересов.

Рассмотрение ценностных ориентаций личности при изучении туризма является немаловажным. Основными причинами, по которым люди путешествуют, являются стремление к получению нового духовного опыта, желание соответствовать социальному статусу, оторваться от рутины и культурно обогатиться. Все они, так или иначе, связаны с существующей системой ценностей общества. Преобладающей в современном обществе является так называемая «западная» система ценностей. Для нее характерен следующий набор терминальных ценностей: красивый внешний вид, любимая работа, высокий доход, возможность профессионального роста, наслаждение жизнью, самореализация, стремление нравиться другим, самостоятельность [4]. Многие из них могут быть реализованы лишь в условиях качественного и разнообразного досуга.

Современный досуг несет на себе печать постиндустриального общества, черты которого пронизывают всю повседневную жизнь человека. Б. Фаулер говорит о переориентации ценностного сознания современного человека, благодаря которому происходит сдвиг ценностей труда к самоценности досуга [5, с. 12]. Расширению досуговой деятельности и увеличению ее роли способствуют следующие факторы:

- глобализация;
- развитие средств массовой коммуникации;
- увеличение свободного времени;
- распространение идеологии «принудительного потребления».

*Досуговые ценности* – это предметы разнообразной деятельности людей, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп в сфере досуга. К материальным досуговым ценностям относятся объекты природной и социокультурной среды, обладающие ценностно-смысловой значимостью для досуговой деятельности человека. К духовным досуговым ценностям относится совокупность терминальных ценностей, которые оказывают значимое влияние на реализацию витальных, интеракционистских, социализационных и смысложизненных потребностей в сфере досуга. В качестве этих ценностей выступают здоровье, познание, общение, саморазвитие, развлечения и т.д. В связи с этим одним из важных мотивационных факторов туризма, наряду со стремлением приблизиться и постичь мир иной культуры, становится обретение соответствия той культурной реальности, которая создается телевизионной рекламой и статьями в популярных журналах. Именно это и становится реальностью современных путешествий. Иными словами, критерием эффективности туристической программы становится ее соответствие рекламе.

По мнению В.А. Квартального, не все туристские мотивы могут быть четко сформулированы и определены, но их можно систематизировать. Он предложил *классификацию туристских мотиваций* по двум основаниям:

- цель путешествия;
- интересы различных туристских групп [5, с. 93].

Выделяют следующие *цели туризма*:

- развлекательные;
- рекреационные;
- познавательные;
- оздоровительные;
- лечебные;
- профессионально-деловые;
- гостевые и пр.

Все эти цели выражают те или иные потребности. Второе основание классификации мотивов – это специфические интересы различных туристских групп. Они позволяют выделить четыре категории *туристских мотивов*, которые различаются в зависимости от принадлежности туриста к той или иной социальной (демографической, возрастной, экономической и т.д.) группе:

- природные и климатические;
- культурные;
- экономические;
- психологические.

Для определения досуговых предпочтений было проведено анкетирование целевой аудитории, в котором приняли участие 57 человек в возрасте от 18 до 25 лет, из них 40% (23/57) – женщины и 60% (34/57) – мужчины.

*Природные и климатические мотивы.* Рельеф местности, растительность, температура воздуха привлекательны для туриста и играют существенную роль в создании таких форм туризма, как спортивный, водный, горнолыжный. Природно-климатические элементы в мотивации туризма преобладают у населения больших городов. Практически все респонденты 96% (55/57) считают важными природно-климатические ресурсы (рельеф местности, воздух, растительность), которые способны оказывать влияние на выбор места отдыха.

*Культурные мотивы* – желание человека познакомиться с культурным наследием страны, к которому относят исторические места, музеи, картинные галереи, выставки, археологические памятники, народные ремесла. Особый интерес вызывают также обычаи, одежда, кухня и другие проявления народного творчества. Результаты анкетирования показали, что более 50% респондентов считают культурную инфраструктуру г. Томска хорошо развитой. При этом высокую оценку поставили 59% (34/57) кинотеатрам, 54% (31/57) – театрам и 50% (29/57) – библиотекам. К среднему уровню развития были отнесены дома культуры – 68% (39/57), музеи и выставки – 54% (31/57), концерты – 52% (30/57). Среди всех опрошенных недовольными уровнем культурной инфраструктуры г. Томска оказались 5% (3/57). При этом 17% (10/57) не удовлетворены музеями и выставками, библиотеками – 14% (8/57), домами культуры – 10% (6/57), театрами – 5% (3/57), концертами – 1% (1/57) и кинотеатрами 1%(1/57).

*Экономические мотивы.* Стоимость жизни в месте туристского назначения, стоимость путешествия играют существенную роль в формировании пакет-туров. Данный вид мотивации оказывает существенное

дифференцированное влияние на количество туристов со средним доходом. Большинство респондентов отдыхали прошлым летом в другом городе или селе (на территории России) – 63% (36/57). Меньше всего респондентов уезжали отдыхать за границу – 3% (2/57).

*Психологические мотивы* различаются в зависимости от индивидуальных особенностей личности туриста. К ним относятся религиозные воззрения человека, его особые интересы и наклонности, отношение к рекламе.

Наряду с потребностями на формирование, территориальную организацию и географическое распределение туристских потоков и маршрутов оказывают влияние ряд факторов, которые обладают определенной возможностью усиливать свое воздействие на принятие решения о путешествии и выбор турпродукта. При отъезде на отдых, для респондентов наиболее важным является надежность турфирмы – 50% (29/57). Менее важным – хороший отель – 7%.

Туризм предполагает активный и пассивный отдых. Потребность в выборе отдыха зависит от возраста, характера, образа жизни, устойчивых принципов, влияния общества и других факторов, но, главное, от здоровья туриста. Человек с активной работой желает пассивного отдыха и, наоборот, умственный труд – необходимость физической нагрузки, эмоциональной встряски. На склонность туриста к пассивному отдыху также может оказывать влияние и сезонность. Таким образом, факторы туристской мотивации обладают определенной возможностью усиливать свое воздействие на принятие решения о путешествии и выбор туристского продукта.

**Заключение.** Основы аксиологического подхода в социологии, заложенные в трудах М. Вебера и Т. Парсонса, явились методологической базой анализа досуговых ценностей. Выполняя в обществе специфические функции, досуг приобретает функциональную значимость. Для разных социальных субъектов она может выступать как экономическая и духовная ценность.

Досуговые ценности – это предметы разнообразной деятельности людей, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп в сфере досуга. Их, как и все прочие, можно разделить на материальные и духовные. В последнее время отмечается определенная динамика различных видов досуговых предпочтений. Практически все респонденты считают важными природно-климатические ресурсы (рельеф местности, воздух, растительность), которые способны оказывать влияние на выбор места отдыха.

#### **Список литературы:**

1. Вебер М. Избранные произведения: пер. с нем. М., 1990. 808 с.
2. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. М., 1986. 221 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм. М., 2003. 320 с.

4. Мутьева М. Ценности. Западный, советский, русский образ жизни [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.soc.pu.ru/materials/golovin/ui\\_1999/#1](http://www.soc.pu.ru/materials/golovin/ui_1999/#1) (дата обращения 29.09.2013).
5. Фаулер Б. Пьер Бурдьё и теория культуры: критический анализ // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология. М., 1999. №3. С. 12-20.
6. Щеглов С.Е. Динамика и тенденции развития туризма в России // Социальная политика и социология. 2004. №2. С. 175-176.

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

Негоденко Е.С., Карвунис Ю.А. *(Национальный исследовательский  
Томский государственный университет, г. Томск)*

Туризм как один из самых известных экономических и одновременно социально-культурных феноменов современной действительности получает свое развитие во все новых формах и направлениях. Реализуя потребности индивида в отдыхе, разнообразии он в достаточной мере продуктивно способствует восстановлению физических и духовных сил человека. При этом активные виды досуга, являются наиболее эффективными в рекреационном процессе. Одним из относительно молодых, но стремительно развивающихся в мире видов отдыха является приключенческий туризм. Поиск приключений, кладов, преодоление неизвестности и трудностей, ведет к совершенствованию психической и физической составляющей личности. Освоение историко-культурного содержания маршрутов способствует интеллектуальному росту индивида. В своей работе мы анализируем определение и классификацию активных видов путешествий, а также региональные особенности развития приключенческого туризма в Томской области, как одного из наиболее перспективных направлений в нашем регионе.

Приключенческие туры, как правило, связаны с активностью и определенным уровнем физических нагрузок, также как и спортивные туры, но существует ряд особенностей отличающих данные виды туризма. Маршруты при подготовке приключенческих туров прорабатываются с большей детальностью, условия отличаются комфортностью, целью данных путешествий может являться развлечение. Основной мотив, побуждающий туристов к выбору данных туристских продуктов это получение разнообразных ощущений, новый опыт и желание испытать себя. Целью данного вида отдыха является самоутверждение и самореализация. При организации приключенческих туров учитывается наличие определенных умений, физической подготовки, смелости. При этом безопасность обеспечивается за счет наличия квалифицированных проводников и специализированного туристского снаряжения.