

## Туризм в контексте социокультурной модернизации России

*Аманжолова Д.А.,  
д.и.н., профессор ИТиГ  
(филиал МГУС)*

Автор рассматривает современные тенденции и некоторые актуальные вопросы развития туризма и сервиса в контексте наиболее значимых трендов социально-культурной модернизации России. Основное внимание уделено важным аспектам истории развития культурно-познавательного туризма в имперской и советской России, роли туризма в решении злободневных социально-гуманитарных проблем, возрождении духовно-нравственных основ и культурных ценностей общества.

The author analyzes the modern trend and compelling issues of tourism and services development in the context of the most significant trends of the social and cultural modernization of Russia. Much attention is paid to the important aspects of the history of culture tourism development in the Russian Empire and the USSR, the role of tourism in solving the urgent social and humanitarian problems, the revival of the spiritual and moral fundamentals and cultural values of society.

Новые социально-исторические условия, сложившиеся вследствие револю-

ционных сдвигов в нашей стране в конце XX в., предопределили и глубокие качественные изменения в организации повседневной жизни общества — жизненных условий, семьи, быта и досуга. Постепенно во всех слоях населения складывается новое понимание возможностей и способов реализации своих профессиональных и личных целей, в соответствии с этим и иные модели поведения. Это касается не только социального статуса, материального благополучия и престижа, но и социокультурной сферы, в которой формируются и воспроизводятся многие принципиально важные качества и потребности человека. Пожалуй, впервые после достаточно длительного перерыва общество стало вспоминать и ревитализировать национальные традиции услуг, организации быта и отдыха. Это и народные праздники, и сватовство, и развитие поисковых отрядов в районах боевых действий времен Великой Отечественной войны, и религиозное паломничество представителей всех конфессий России, и самостоятельный туризм (спортивный, приключенческий, культурно-познавательный) внутри страны и за ее пределы, прежде всего молодежный.

Безусловно, нельзя отрицать серьезных позитивных последствий открытости нашего общества и демократизации межкультурных коммуникаций, начавшихся со второй половины 1980-х гг. Поездки

в другие страны отечественных специалистов, политиков и общественных деятелей на всевозможные конгрессы и форумы, резко расширившиеся возможности для отдыха россиян во всех уголках мира и восстановления контактов с зарубежными родственниками, научные, студенческие и иные обмены играют незаменимую роль в формировании новой идентичности общества и каждого его члена, в изучении и более эффективном использовании уникального и разнообразного культурного (технологического, хозяйственного, социального, управленческого и т. д.) мирового опыта.

В то же время именно в эту область самым радикальным, нередко варварским образом или в совершенно нетерпимой с точки зрения наших культурных традиций форме, возможно, во многом из-за характерных для нашей истории разрывов в преемственности поколений, вторгаются западные постмодернистские инновации. Они весьма причудливым образом и очень по-разному трансформируются в повседневном поведении и способах организации личной жизни в каждой отдельной социальной группе, что может вызвать дополнительные трудности в их взаимопонимании и взаимодействии, в осознании и сохранении системной целостности социума.

Всесторонняя модернизация современного российского общества и усиление роли России в мире как великой державы продолжаются в условиях возрастающего влияния противоречивых эффектов глобализации и сопровождаются глубокими качественными изменениями в мировоззренческих и идейно-нравственных, социально-психологических ориентирах и установках россиян, особенно молодежи, в содержании и формах их повседневной жизнедеятельности. В связи с формированием новой идеологии и рыночных отношений в сфере культуры складываются принципиально новые требования и к социокультурному сервису, существенно расширившемуся за счет новых

компонентов и видов услуг, взрывного развития современных средств коммуникации, растущего спроса на более разнообразные формы обслуживания. Это обусловлено также закономерным усложнением социальной структуры общества, усилением внимания к психологическим, этническим, медицинским, демографическим, гендерным, профессиональным и иным особенностям и предпочтениям людей.

При таких обстоятельствах значение гуманитарного компонента в организации, структуре, кадровом обеспечении, рекламировании сферы услуг, взаимодействии всех ее участников с основными акторами государственной и гражданской жизни страны, а также зарубежными партнерами, в т. ч. в индустрии туризма, резко возрастает. Культурный детерминизм, даже если он не осознается или не признается, не становится от того менее значимым в функционировании любой области жизнедеятельности, более того, сегодня роль культуры как основополагающего фактора устойчивого развития постоянно возрастает. В XXI в. практическая профессиональная квалификация, деловой успех, карьерный рост и благополучная личная жизнь человека могут быть адекватными постоянно возрастающим запросам общества лишь при соблюдении ряда условий.

К наиболее важным из них следует отнести:

- принципиальную установку на созидательный профессиональный и общекультурный личный вклад в обеспечение устойчивого роста и процветания России в XXI в.;

- осознанное восприятие достижений, проблем, ведущих тенденций и перспектив мирового и внутреннего экономического, политического, социального и культурного развития;

- учет трансформации социальной структуры общества и соответственно системы ценностей, образа жизни, психологии и запросов разных общественных страт;

– постоянный анализ и глубокое понимание динамично меняющихся перспектив развития конкретных отраслей сферы услуг, в частности, индустрии туризма и гостиничного бизнеса, в общем контексте социально-экономического развития страны и ее места в мире;

– высокую политико-правовую культуру и владение навыками толерантного поведения и эффективной адаптации в условиях растущей мультикультурности (социальной, этнической, конфессиональной, гендерной, демографической и т. д.) профессиональных сообществ, клиентуры и повседневного окружения;

– готовность и умение постоянно совершенствовать свои профессиональные и личные качества.

Стремительный рост рынка туристских услуг, предлагаемых всевозможными частными компаниями, безусловно, создает более широкие возможности для потребителя и объективно стимулирует новое качество, формальное и содержательное разнообразие сервисной деятельности. В то же время нельзя не учитывать, что плюралистическая социальная структура общества и его резкое расслоение при сохранении огромного числа бедных людей создают достаточно сложное и своеобразное культурное и социально-психологическое поле настроений, отношений, моделей поведения как между реальными и потенциальными клиентами туристической индустрии, так и по поводу ее самой.

Так, крупные и не очень туристические фирмы и их лидеры, впрочем, как и все предприниматели, очевидно, должны отчетливо представлять и учитывать отечественные историко-культурные традиции – в частности, сильной роли государства в социально-экономической жизни, разной степени социальной мобильности той или иной группы населения, состояния и роли средств сообщения и передвижения, стереотипов в организации досуга, отношения к богатству и закону, гостеприимства и пр. Известно, например, что сервис

в долгий период господства крепостного права для дворянства выражался в поддержании и демонстрации социального статуса и престижа через «услужение» челяди хозяину и членам его семьи, был весьма далек от современной ориентации на массового потребителя и в народном сознании вызывал отчуждение. Услуги у нас «оказывались», а не производились или совершались, и семантическое переосмысление понятия сегодня произошло далеко не во всех социальных слоях общества [1].

Между тем исторически именно обеспеченные слои общества, прежде всего дворянство, стали главными потребителями туристских услуг – от образовательных поездок по велению правителя со времен Бориса Годунова и особенно Петра Великого до путешествий в Европу с обширной культурно-познавательной программой в XIX в. Примечательно, что первое в отечественной истории туристическое агентство (80-е гг. XIX в.) ориентировалось исключительно на т. н. выездной туризм.

В конце XIX – начале XX в. демократическое разночинное, но прежде всего дворянского происхождения студенчество нередко отправлялось в заграничные странствия для продолжения образования после исключения из учебных заведений России по политическим соображениям или даже скрываясь от преследования властей. Заметную часть наших соотечественников, перебивавшихся из одной страны в другую и проживавших в благополучных европейских государствах довольно долго, составляли и противники режима – имперского, советского и вплоть до настоящего постсоветского, причем многие из них получали косвенную или прямую поддержку со стороны западных политических и общественных структур. Их судьба и роль в истории России весьма разнообразны и остаются увлекательной областью исследований и дискуссий. Современные потребители услуг, связанных с организацией отдыха за границей,

конечно, неизмеримо многочисленнее, а их культурный и профессиональный уровень, социальный статус и интересы существенно разнообразнее.

Внутренний туризм в виде всевозможных культурно-познавательных экскурсий особенно активно стал расти вследствие реформ 1860–1870 гг., что подчеркивает прямую взаимосвязь между успешной модернизацией общества и ростом его гуманитарного потенциала, который играет немаловажную роль в развитии потребности в расширении кругозора, путешествиях, туристических поездках. Вскоре появился спортивный туризм, школьный, курортно-оздоровительный, образовательный и др. Культурно-познавательный и паломнический виды туризма охватывали все большее число людей, хотя по-прежнему вне этой сферы образования, воспитания и досуга оставалось огромное большинство населения страны – крестьянство, рабочие, учащиеся, домохозяйки, сами работники сферы услуг (пожалуй, за исключением личной прислуги состоятельных путешественников) и др. Экономическая и социальная привлекательность внутрироссийских маршрутов стимулировала довольно быстрый рост спортивного, оздоровительного туризма, экскурсионного дела и организацию любителей путешествий во всероссийское объединение – Российское общество туристов (1901 г.) [2].

Задачи экономического характера, расширения массового образования и подготовки кадров для обновляющихся секторов хозяйственной деятельности в начале XX в. способствовали оживлению туризма и экскурсионного дела как средства соединения учебного процесса с практикой. Немаловажно отметить также, что уже на начальной стадии развития туристического бизнеса преимущественное внимание его организаторами уделялось познавательным, культурным, воспитательным и оздоровительным целям путешествий. В их организации и пропаганде участвовали

также Первый всероссийский съезд народного образования (1915 г.), просвещенная интеллигенция, Московская патриархия. Ученые и преподаватели учебных заведений Москвы и Петербурга разрабатывали методические основы культурно-образовательного туризма, осуществили уникальный опыт дальних заграничных образовательных экскурсий, предприняли первые попытки подготовки специальных кадров руководителей туров-экскурсий, а государство снизило железнодорожные тарифы для экскурсантов-школьников и студентов [3].

В советский период проявилась решающая роль государства в новой области управления и организации досуга людей, что, впрочем, не мешало широкому развитию гражданской инициативы энтузиастов. Особое место в рамках грандиозной работы по просвещению и ликвидации безграмотности, социализации молодежи на идеологически новом фундаменте придавалось экскурсионному делу. Примечательно, что в 1920-е гг. при большом разнообразии экскурсий наибольший интерес у школьников и взрослого населения вызывали историко-культурные, в т. ч. художественные, литературные, комплексное изучение города, тематические циклы и т. д.

Не менее поучительный опыт был накоплен государством и в деле подготовки кадров, в научно-исследовательской работе, организации специализированных структур (станций, опытно-показательных баз, НИИ, экспериментальных учреждений, конференций и пр.), обеспечивающих согласованную работу в центре и регионах. Формировалась атмосфера признания не только образовательной, но и в целом социальной ценности экскурсионной деятельности для решения общих задач модернизации страны.

Снижение культурно-образовательного уровня общества в 1990-е гг., связанное с переписыванием истории и формированием в сознании молодежи

образа России не великой державы, а государства-неудачника, на фоне которого повседневный комфорт западного обывателя преподносился как истинная и конечная цель бытия, наряду с реальной социальной демодернизацией как последствием и контекстом проводившихся преобразований, обусловили крайне опасные изменения. К тому же основные «посылы» социализации, навязываемые частью ангажированных СМИ и интеллигенции, — деньги и «красивая» жизнь как бесконечный праздник вне труда и ответственности за что бы то ни было, избыточное внимание к сексуальной жизни, насилие, дегероизация (антипатриотизм и «чужой» патриотизм), иррациональная критика власти — приводят к распространению и восприятию как обыденных явлений нетерпимых для нормального общества ксенофобии, агрессивности, проституции, наркомании, циничного восприятия жизни, отрицательного отношения к армии и Родине.

Здесь нужно подчеркнуть социально значимые, организующие, воспитательные функции туризма и экскурсий, целенаправленное использование которых для консолидации общества вокруг объединительных, созидательных, заряженных социальным оптимизмом идей отличало политику государства и деятельность общественности в 1920-е гг. Один из важных уроков тех лет представляется в сохранении преемственности туристско-экскурсионного дела, несмотря на революционный слом основ досоветской России. Преемственность, так необходимая и сегодня, выразилась в бережном отношении к сложившейся концепции этой сферы сервиса, как высоко квалифицированного труда и потребителей, и производителей услуги, требующего эффективной организации, системы, напряженного интеллектуального участия и общения.

Просвещение людей, а через него и гуманизация общественных отношений, — принципиально важный для сов-

ременной России потенциал культурно-познавательного туризма. В то же время именно советский опыт, особенно начиная с 1930-х гг., подтверждает недопустимость монополизации государством сферы сервиса как в отношении формы собственности, так и организационно-управленческих, методических и содержательных компонентов отрасли.

В условиях экономического детерминизма отношение к туристическому обслуживанию как к непроизводительной сфере сделало его нерентабельным, а охранительные идеологические клише, пытавшиеся объяснить бурное развитие туризма на Западе стремлением скрыть истинную природу капитализма, наряду с политизированной основой туристского обмена между социалистическими странами, не могли исправить реальное положение дел. Массовая сеть обслуживания туристов внутри страны развернулась довольно поздно в связи с важными международными событиями, которым государство придавало исключительное значение, — проведением в 1957 г. Всемирного фестиваля молодежи и студентов, решениями Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе в Хельсинки 1975 г. и Олимпийскими играми 1980 г. в Москве.

Хорошо известно, что в мире сегодня существует множество устойчивых культурных систем, основанных на различном социально-историческом опыте. Усиливающееся разнообразие обостряет проблему взаимопонимания между культурами, создает опасность конфликта. В то же время нормы глобальной культуры, универсальные ценности осуществляют посредническую функцию между различными цивилизациями, но они не должны подчинять своим стандартам все и вся, внося тем самым напряженность между ними и самобытными культурами.

Фундаментальные духовные ценности народов России, возрождение национальных традиций в сложных условиях глобализации и активности постмодер-

нистских социальных феноменов требуют от современного человека не только динамизма и способности конкурировать на свободном рынке. Не менее актуальны сегодня требования к производителям и потребителям всевозможных услуг быть глубоко патриотичными, стоять на страже государственных интересов во внутренней и внешней политике, на деле проявлять высокую социальную ответственность. Стратегическое, системообразующее направление в области просвещения и воспитания масс представляет история родной страны и других народов и государств. Поэтому культурно-образовательный туризм как внутри, так и за пределами России, — средство сохранения и охраны культурно-духовных основ народной жизни. По масштабам, глубине и эффективности воздействия историческое образование, в т. ч. путем непосредственного знакомства с историко-культурным наследием, — мощное идеологическое и психологическое орудие. Не случайно везде и в самые разные времена оно признается стратегическим направлением государственной политики в деле воспитания молодого поколения, формирования национального самосознания [4].

К тому же в конце XX — начале XXI вв. в связи с ростом значимости этноидентификации для разных социокультурных групп общества заметно выросла потребность в образовательных услугах, обеспечивающих обучение на родном языке, изучение в учебных заведениях истории, традиций, обычаев, религии, художественного творчества этнических общностей, с которыми идентифицируют себя родители и их дети. Увеличилось и число общественных организаций, активно занимающихся распространением и пропагандой знаний о национальной культуре, возрождающих разнообразные этнокультурные формы коммуникаций. Это может быть важным дополнительным ресурсом для индустрии туризма.

Принципиальное значение приобретают сегодня ротация кадров, трудовая

миграция и путешествия как факторы культурного трансфера и новой идентификации России. В конце XX в. мы столкнулись с интенсивной эмиграцией сограждан в страны исторического происхождения. К тому же после распада Советского Союза за рубежами Российской Федерации, то есть на территории бывших союзных республик, ныне независимых государств, осталось порядка 17 миллионов этнических русских. По отдельным государствам эти цифры варьируют в широком диапазоне — от 8 миллионов на Украине, 4 — в Казахстане, до 70 тысяч — в Грузии и 30 — в Армении. В общей численности населения доля русских особенно высока в странах Балтии — от 10 до 30 с лишним процентов населения, а в отдельных регионах и того больше [5]. Это относится к тем, кто считает себя этническим русским. Но понятие «соотечественник» заметно шире и представляет очевидный, хотя далеко недостаточно реализованный потенциал развития различных видов туризма, в т. ч. связанного с посещением «малой родины», мест боевых действий и многочисленных объектов интернационального трудового вклада бывших сограждан в экономику страны, а также разбросанных историей по разным уголкам бывшего СССР и далеко за его пределами родственников, обучающейся в России молодежи и др.

Несмотря на кажущуюся незначительность и, возможно, малую коммерческую привлекательность для инвесторов туристского бизнеса, в опосредованном виде это имеет существенное значение для утверждения новых форм интеграции, преодоления негативных последствий окончательного обособления постсоветских систем цивилизованным путем, сохранения и укрепления позиций русского языка и русской культуры в мире. Обсуждая вопрос, какие именно формы интеграционного взаимодействия бывших советских республик будут востребованы на принципиально ином уровне сотрудничества, многие

эксперты полагают, что политические и экономические формы интеграции недостаточно эффективны. Оптимальной формой посттранзитного диалога, которая позволила бы преодолеть вновь возникающие фобии, ускорить процесс взаимной адаптации, перейти к новому качеству позитивного взаимодействия, все более активно предлагается социокультурная интеграция в силу своего «естественного» характера [6].

Безусловно, главный благоприятствующий фактор – память о Советском Союзе как об общей стране, где, живя в «большой семье» разных народов, люди чувствовали наличие жизненной перспективы, возможность нормально обеспечивать себя, строить жизненные планы, карьеру, растить детей. Через общее гуманитарное пространство в СССР сформировалась единая социокультурная общность, сохраняющая принципиальное значение для постсоветской истории новых независимых государств, составляющая благодатный фундамент для укрепления и развития всестороннего взаимовыгодного сотрудничества, укрепления толерантности в межэтнических отношениях, регулирования миграционных процессов.

Общественные инициативы в области науки, образования, творческой деятельности, которые могут успешно поддерживаться и использоваться в индустрии туризма и гостеприимства, не претендуют на формирование механизмов нового единства, но способствуют выработке неконфликтных способов сотрудничества. Они помогают создать пространство, в котором жители республик бывшего СССР узнают друг друга в более свободном от имперских воспоминаний состоянии, способны подвинуть постсоветские государства к формированию евразийского пространства на основе взаимного доверия и гражданской инициативы. Туризм сегодня может служить одним из действенных инструментов усиления влияния России на постсоветском пространстве через

инвестиции туристских компаний в организацию отдыха населения бывших советских республик на территории РФ, развитие межкультурных коммуникаций, научных и производственных связей и пр.

Россия давно сложилась как вполне самостоятельная, самодостаточная цивилизация, но сохранение территориальной целостности страны, психологии «единой державы», ее привлекательность для инвесторов, гастарбайтеров и туристов связаны не только с проведением общегосударственных экономических и социальных программ, но и с активной ролью индустрии туризма и гостиничного бизнеса. Социально-культурный и экономический потенциал туризма сегодня вполне способен существенно и в достаточно сжатые сроки стимулировать подъем экономики многих регионов страны, совершенствование инфраструктуры и сокращение безработицы в них, обеспечить развитие межрегиональных связей и существенное укрепление экономического и социально-политического единства федеративной России. Особенно злободневной в этом контексте представляется задача преодоления резких разрывов в развитии регионов: если в 2000 г. по объему промышленного производства на душу населения различия между самым благополучным и самым неблагополучным субъектом Федерации составляли 64 раза, то к 2005 г. этот показатель вырос до 281 раза. Разница в доходах бюджетов богатейшего и беднейшего регионов на душу населения выросла за пять лет с 50 раз до 194 раз; объем подушевых инвестиций – с 30 раз до 44 раз, уровень безработицы – с 29 раз до 33 раз [7].

К тому же расширение спектра и улучшение качества туристских услуг в Поволжье, Сибири, на Севере, Дальнем Востоке и Северном Кавказе, а также совершенствование подготовки кадров для этой отрасли можно рассматривать как важное направление реализации основных национальных проектов,

прежде всего в науке, образовании и социальной сфере. Впрочем, этот процесс многосторонний: рост экономики, дорожное строительство, безопасность и стабильность, региональная политика усиления привлекательности провинциальных очагов культуры, отдыха и социально-медицинской реабилитации не менее важны для продвижения туристских услуг.

Информационно-образовательное пространство, в т. ч. культурно-познавательный туризм внутри страны должны базироваться на концептах государственничества, высокой культуры и нравственности, гуманизма, справедливости, патриотизма и других «пережитков» имперского и советского периодов. Без устойчивого образа государства и массовой лояльности по отношению к нему в обществе, т. е. без государственной идентичности, его институты, административные структуры и прочее, а также рыночные структуры, бездейственны. Современные политические технологии имеют солидный багаж инструментов для формирования атмосферы доверия социума к власти, но далеко не все из них оказываются результативными. Между тем история и новейшая практика подтверждают, в частности, замечательный потенциал поездок по стране ее лидеров – имеют ли они служебный характер или связаны с отдыхом. В последнем случае меньшая степень бюрократизации и способность руководителя открыто общаться с людьми дают самый замечательный эффект, в т. ч. для быстрого роста привлекательности регионов как центров историко-культурного наследия, интересного и полезного отдыха.

К примеру, уже в самом начале царствования Екатерина II отправилась с паломничеством в Троицкий монастырь, а затем – в 11-дневное пешее паломничество в Ростов. Она также путешествовала по Волге, ездила в Крым, Казань, Лифляндию и Эстляндию, встречалась с представителями разных социальных и конфессиональных групп.

При этом использование в практике путешествий императрицы факторов идентичности – православной, культурной, имперской – создавало атмосферу доверия общества к главе государства. Поликультурное пространство империи публично подтверждало свою лояльность и преданность российской императрице, что способствовало легитимации самодержавной власти и тем самым усилению ее политического ресурса [8].

Оказание широкой государственной и общественной поддержки развитию туризма (со стороны общественных организаций, бизнесменов, ученых, деятелей культуры и образования, духовенства и др.), прежде всего культурно-познавательного, во всех регионах страны неизбежно будет способствовать усилению мероприятий по сохранению культурно-исторических памятников, музейных коллекций, подъему культурного уровня народа, преодолению его социально-культурной демодернизации, увеличению притока иностранных туристов, росту международного авторитета и влияния России как страны комфортной и безопасной для увлекательного досуга, отдыха и оздоровления.

Свой вклад в решение этой задачи могут внести и учебные заведения, готовящие кадры для индустрии туризма и сервиса. Профессиональное туристское образование призвано не только умножать образовательный потенциал нации, обеспечивая тем самым ее устойчивое развитие, но и непосредственно реализовать практические интересы динамично развивающейся отрасли, чутко реагируя на сегодняшние приоритеты и наиболее перспективные направления ее функционирования. В частности, учреждения образования, предоставляющие дистанционные и иные образовательные услуги, облечены серьезной социальной ответственностью, поскольку призваны обеспечивать требуемый уровень качества подготовки кадров и оказывать помощь в решении аналогичных образовательных проблем странам-



партнерам, прежде всего в СНГ. Так, филиалы вузов, предлагающих дистанционные образовательные услуги для обучения по специальностям туризма и сервиса, могут выполнять функции ресурсных центров совместного использования, осуществляя на своей базе подготовку, переподготовку и повышение квалификации работников аналогичных вузов государств, на территориях которых они функционируют, обучая и распространяя свои передовые образовательные и информационно-коммуникационные технологии.

В этом плане интересный опыт взаимодействия с профильными вузами России за 10 лет успешной работы накоплен в Институте туризма и гостеприимства – филиале Московского государственного университета сервиса. Образовательное направление его деятельности включает комплекс организационных, учебно-методических и нормативно-регулятивных мер, обеспечивающих высококвалифицированные образовательные услуги студентам всех форм и видов обучения с целью формирования у них инновационного потенциала, широты мышления, способности творчески, ответственно и компетентно выполнять профессиональную деятельность, а также выстраивать эффективную модель поведения в различных социокультурных обстоятельствах. Базовые учебные планы предусматривают последовательное углубление общей эрудиции, расширение кругозора студентов и развитие их аналитических способностей, обеспечиваемые дисциплинами общегуманитарного цикла (ГСЭ). Последовательное углубление профессиональных и специальных знаний осуществляется на основе отбора и систематизации курсов соответствующего цикла общепрофессиональных дисциплин (ОПД), специализация обеспечивается курсами специальных дисциплин. Наконец, комплекс обучающих программ направлен на формирование навыков работы с новыми электронными средствами, что дает

возможность свободно ориентироваться в современном телекоммуникационном пространстве, а доступность для студентов системы Internet наполняет эти возможности реальным содержанием. Постоянно модернизирующаяся база обучающих компьютерных программ по общеобразовательным и профильным дисциплинам позволяет существенно расширить масштабы участия института в международных образовательных проектах разного уровня и назначения.

Научно-исследовательская деятельность профессорско-преподавательского состава института консолидируется на выявлении, изучении и решении актуальных проблем организации, технологии, экономики, менеджмента и маркетинга в сфере туризма и гостиничного бизнеса, истории сервиса, туризма и гостиничного хозяйства; исследовании ряда социальных, культурных, психологических и политико-правовых аспектов функционирования современного общества и сферы услуг, теоретических и методических вопросов развития образования, в т.ч. высшего профессионального для индустрии туризма и гостеприимства, а также подготовке соответствующих научных трудов и прикладных разработок. Комплекс разнообразных мероприятий обеспечивает систему организационно-педагогических, психологических, просветительных приемов, форм и методов работы со студенческой молодежью для формирования у нее государственного подхода к профессиональной и личной жизнедеятельности, социального оптимизма, патриотизма и гражданской ответственности, верности важнейшим духовным, нравственным и культурным традициям России, дисциплины, общей и профессиональной этики и этикета. Важно учитывать при этом, что специалисты индустрии туризма и гостеприимства, которых готовит вуз, уже в процессе обучения нацеливаются на формирование собственного потенциала инновационной деятельности в со-

ответствии с динамичной и усложняющейся реальностью.

Дальнейшее развитие сложившегося опыта, в т. ч. на базе недавно созданной проблемной учебно-научной производственной лаборатории туризма, дает новые возможности для расширения творческого сотрудничества с учебными и научными центрами по проблемам сервиса и туризма в субъектах федерации, прежде всего в Московском регионе, а также в бывших советских республиках и странах «дальнего зарубежья». Среди наиболее важных практических шагов можно предложить выработку реально действующих механизмов нормативно-правового и организационного обеспечения деятельности вуза и лаборатории, стимулирование научной, педагогической, бизнес-элит и широкой общественности к совместному поиску инновационных подходов в создании современных моделей управления этой сферой и ее развития в целях всестороннего совершенствования туристской и сервисной деятельности; расширение организа-

ционных и содержательных компонентов обмена опытом в области развития рынка туристских, образовательных, научно-технических, информационных, культурно-оздоровительных, социально-медицинских, досуговых и иных услуг.

Эффективное использование совместных объектов туризма и гостиничного бизнеса, реализация общих гуманитарных и социальных проектов, создание и реализация совместных проектов образования и воспитания молодого поколения в духе культуры мира, межконфессиональной и этнокультурной толерантности также представляются ключевыми направлениями исследовательской и организационной деятельности. В связи с наметившейся активизацией деятельности правительства по развитию экономических и иных связей со странами СНГ вполне уместна постановка амбициозной, но перспективной задачи превратить лабораторию и ИТиГ в исследовательский и организационно-методический центр СНГ по проблемам туризма.

#### Литература

1. См. подробнее: Сфера услуг. Проблемы и перспективы развития. Т.1. М., 2000; Велединский В.Г. Социокультурный сервис. СПб., 2004; Багдасарян В.Э. Традиционализм и цивилизационная идентичность России. М., 2006; Введение в специальность. История сервиса. М., 2007.
2. Долженко Г.П. История туризма в дореволюционной России и СССР. Ростов/н/Д., 1988; Туристические фирмы. Справочник. Вып. 9. СПб., 1996; Шаповал Г.Ф. История туризма. Минск, 1999; Усыскин Г. С. Очерки истории российского туризма. СПб., 2000 и др.
3. Закс А.Я. Образовательное и воспитательное значение экскурсий // Труды I Всероссийского съезда по вопросам народного образования. Вып.1. СПб., 1915. С. 341-347; Половцев В.В. Основы общей методики естествознания. Пг., 1922 и др.
4. Дегоев В. Кому нужна «правда» истории? // Политкласс. 2006. № 13.
5. Козн А., эксперт Фонда Heritage в Вашингтоне // <http://www.globalmarketbriefings.com>.
6. Власов А. Период постсоветского транзита близок к завершению // [www.kreml.org](http://www.kreml.org). 2006. 2 октября.
7. Независимая газета. 2007. 14 марта.
8. Подробнее см.: Гузеева И. Путешествия Екатерины II: к проблеме идентичности // Проблемы идентичности: человек и общество на пороге третьего тысячелетия. М., 2003. С. 153-161.