

Интересно, то, что 20% опрошенных «продолжат переговоры в ключе возможностей клиента, удержат его любыми приемлемыми способами и заключат договор». То есть интересы клиента ими ставятся превыше всего, что не является самым эффективным типом поведения в бизнес-среде (если мероприятие не несёт прибыли или заставляет работать в режиме жёстчайшей экономии, то оно перестаёт быть выгодным и организатору, и клиенту).

Что касается влияния количества лет, которые event-оры проработали в данной сфере, то модель поведения с клиентами в основном находится на средних позициях предложенной шкалы. Нужно сказать, что чуть большую заинтересованность к клиентам проявляют специалисты со стажем работы от 10 до 14 лет, это возможно связано с тем, что именно в этот период соотношение теоретических знаний и опыта работы оптимально.

Можно сделать следующие выводы: подавляющее большинство event-специалистов в своей деятельности ориентированы на потребителя, клиента; в профессиональной сфере сотрудники отдают предпочтение моделям поведения, которые основаны на принципах взаимопомощи, доверия, что является, по-видимому, основными составляющими профессиональной и корпоративной культуры принятой в данной среде.

А.С. Титова

ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ТУРИСТА (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДА)

Эволюция человеческого сообщества неразрывно связана с путешествиями, как отдельных индивидов, так и социальных групп. Уже первые путешествия были обусловлены поиском удобных мест для проживания племени, новых ресурсов (например, военные набеги, торговля, экспедиции и т.д.). Следовательно, путешествия были вызваны насущными потребностями человечества.

Исторические и литературные источники Древнего мира и Средневековья позволяют выделить несколько наиболее часто встречающихся образов путешественников: завоеватели, купцы, миссионеры, «дипломаты», авантюристы¹. В Новое время появляются еще две группы путешественников: «туристы» (молодежь из обеспеченных семей, путешествующие ради получения новых впечатлений) и «ученые», чья научная деятельность была непосредственно связана с «поездками»². Однако почти все группы путешественников имели достаточно четкие цели своих поездок: либо получение прибыли, либо налаживание дипломатических связей, либо захват ресурсов и т.д. И только одна группа – «золотая молодежь» - не имела столь конкретной цели своих путешествий, которые носили скорее развлекательно-увеселительный характер³. Достаточно долгое время эта категория путешественников была малочисленна. Ее значительный рост произошел во второй половине XX века. Индивиды, путешествующие в свободное от основной работы время, с целью отдыха и попутным ознакомлением с природными ландшафтами и историческими памятниками, получили условное название «турист».

Реалии советской эпохи определили особенности туристических путешествий наших соотечественников: во-первых, «внешние» туристические поездки были доступны лишь ограниченному количеству лиц, выезжающих в основном в страны «социалистического лагеря», и во-вторых «внутренние» туристические маршруты, доступные для значительной части населения страны. Здесь можно условно выделить три группы туристов:

- предпочитают пляжный отдых (курортники),

¹ Гомер. Одиссея: Пер. В.А. Жуковского; Предисл. А.А.Тахо-Годи. М.: Худож. лит., 1987.; Никитин А. Хождение за три моря / Под ред. О.В. Самохина М.: Эксмо, 2004.; Верн Ж. Вокруг света за 80 дней. / Под ред. Васильковского А. Н. М.: Феникс, 2000

² Миклужо-Маклай, Н. Н. Собрание сочинений в 6 томах: Т. 2. Путешествия 1874—1887 гг. Дневники, путевые заметки, отчеты. М.: Наука, 1993.; Паллас, П. Наблюдения, сделанные во время путешествия по южным наместничествам Русского государства: Пер. с нем.; Отв. ред. Б.В. Левшин; Сост. Н. К. Ткачёва. М.: Наука, 1999.

³ Дюма А. Граф Монтекристо / Под ред. Н. А. Коробкова М.: Эксмо, 1995.

- предпочитающие экскурсионный отдых (любители познавательных маршрутов по культурно-историческим местам),
- предпочитающие «дикий» или активный отдых (альпинизм, сплав на байдарках, кемпинг и т.д.).

В 60-е годы XX века в СССР, благодаря таким кинофильмам, как «Вертикаль», сформировался и активно транслировался образ туриста с рюкзаком за плечами. Постепенно образ «романтика» 60-х годов сменяет образ «туриста-дикаря», предпочитающего летний отдых у моря (например, кинофильмы «Три плюс два», «Станьте моим мужем»). В обоих случаях появление и распространение образа «туриста-дикаря» несомненно, связано с «экономной стратегией отдыха», что свидетельствует как о достаточно ограниченных финансовых средствах советских людей, так и недостаточном количестве мест в санаториях, профилакториях в летнее время. Экскурсионные туры предполагали наличие не только определенных финансовых возможностей, но и потребность в «активном» познавательном проведении времени.

В конце XX века в связи с радикальными социально-политическими и экономическими реформами, у россиян появились новые возможности не только в сфере производства, но и отдыха. Поездки за рубеж перестали рассматриваться как нечто экстраординарное. По результатам опроса потребителей туристических услуг, проведенного нами в мае - сентябре 2008 года в г. Волгограде, отдых в России в восприятии потребителей туристических услуг связан скорее с пребыванием на курортах, а отдых за рубежом — в большей степени с экскурсионными поездками. Выбирая между экскурсионным туром по России или за рубежом, 44 % респондентов предпочитают поехать за границу, а 31 % — путешествовать по России. При этом около 40 % респондентов делают свой выбор в пользу российских курортов, а 30 % — зарубежных. В массовом сознании бытует представление, что выезд за рубеж — это возможность «посмотреть мир» (и именно таким образом следует отдыхать за рубежом), а загорать-купаться-лечиться можно и на российских курортах, при этом не испытывая психологического дискомфорта, сопутствующего, по мнению многих,

пребыванию за границей. Исследование показало, что существует мнение - условия для экскурсионных и познавательных поездок в нашей стране хуже, чем за рубежом.

Таким образом, сформировалось несколько «образов» волгоградского туриста: турист пляжного отдыха, который, несмотря на популярность отдыха за рубежом (например, курорты Турции), зачастую ориентирован на российские курорты, что связано с отсутствием языкового барьера; турист-экскурсант, предпочитающий зарубежные туры, что дает возможность расширить свой кругозор.

Несомненно, среди волгоградцев распространена и группа «туристов-дикарей», предпочитающих активный отдых на лоне природы. Но, данная категория почти не обращается в экскурсионные бюро, они прокладывают маршруты самостоятельно.

Таким образом, можно сделать вывод, что образ волгоградского туриста практически не отличается от образа российского туриста, в котором выделяются три группы: «активный» турист, «пляжный» турист, турист-«экскурсант».

А.В. Юдина

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ В СОЦИОЛОГИИ

Право является объектом изучения не только юриспруденции, но и социологии. В *социологической науке* иной, отличительный подход к изучению правовой культуры. В социологии проблемами правовой культуры занимается социология права (или юридическая социология)¹ и социология культуры.

В рамках общесоциологической теории рассматриваются: историческая эволюция форм права, взаимоотношения права и других сфер общественной

¹ Юридическая социология. М.: НОРМА, 2000. С.10.