

Спорт как проводник идей.

Богатые страны, желающие улучшить свой имидж, оказывают помощь в сфере спорта развивающимся странам. Например, в Германии с 1961 г. работает программа поддержки спорта за рубежом. За это время МИД осуществил почти 1300 проектов более чем 100 странах. Проекты предусматривают выплату стипендий одарённым спортсменам, обеспечение спортивным инвентарём школ, помощь в проведении сборов, методическая помощь, приглашение на стажировки. «Люди могут напрямую узнать, что Германия придерживается тех же ценностей, которые имеются в спорте: это креативность, радость жизни, открытость по отношению к внешнему миру» [6].

Заключение. Из вышесказанного можно сделать выводы, что высокие достижения в сфере спорта, а также распространение информации и создание информационных поводов благоприятно отражаются на международном имидже страны.

Список литературы

1. Kosovo's Olympic dream / Reporter. – EuroNews. – 2012. – 2 апреля. – 17.50 СЕТ.
2. Луньков, Н. Русский дипломат в Европе / Н. Луньков. – М.: ЛГ Информэйшн Групп, ОЛМА-ПРЕСС, 1999. – 352 с.
3. Анхольт, С. Насколько важна роль спорта в создании имиджа / С. Анхольт // Deutschland. – 2010. – № 2. – С. 24-27.
4. Сколько стоят летние Олимпийские игры / MIR-LA (мир лёгкой атлетики) // 2012. – 16 июля. – Режим доступа: <http://mir-la.com/1795-skolko-stoyat-letnie-olimpiyskie-igry.html>. – Дата доступа: 03.09.2012.
5. Карней, И. Уэйн Гретцки: «Белорусский легионер» в НХЛ / И. Карней // 2010. – 7 февраля. – Режим доступа: <http://www.old.sn-plus.com/exclusive/540--l-r-.html>. – Дата доступа: 03.09.2012.
6. Побуждать людей / Deutschland. – 2010. – № 2. – С. 20-23.

ТУРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНАЯ СИСТЕМА

Л.Н. Кривцун-Левшина

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

Системный характер туризма требует своего научного обоснования, поскольку современное представление о нем, как о туристической деятельности не отражает все многообразие связей и отношений, образующих туризм как экономическую и социальную подсистему современной культуры общества.

Цель исследования – анализ туризма как социальной системы.

Результаты и их обсуждение. Научный анализ туризма как социальной системы основывается на системном подходе, ориентированном на целостное и всестороннее исследование объекта, компоненты и элементы которого находятся в диалектическом единстве. Социальную систему туризма можно рассматривать на следующих уровнях. 1-й уровень «социально-личностный», как взаимодействие индивидов на основе разнообразных мотивов пространственной мобильности. 2-й – «социально-групповой», как групповое взаимодействие на основе сходных потребностей и интересов к пространственной мобильности, ее личностного и группового результата. 3-й – «социально-институциональный», как иерархия социальных статусов и ролей, которые занимают и выполняют личности и социальные

группы в организациях и учреждениях, обеспечивающих комплекс потребностей туристов. 4-й уровень «социокультурный», как совокупность норм и ценностей, определяющих содержание связей индивидов, социальных групп и социальных институтов в данной системе.

Туризм обладает всеми характеристиками социальной системы. К его **системным свойствам** относятся:

- **структурность** – устойчивая совокупность связей между индивидами, социальными группами и институтами, ориентированными в своем сознании, нормах и поведении на пространственную социальную мобильность или миграцию;
- **функциональность** – устойчивое воссоздание функциональных связей между компонентами структуры, составляющих организацию социальной системы. Целью функционирования системы туризма является сохранение, развитие и совершенствование физических, социальных и духовных возможностей человека посредством туристической деятельности. Ее задачами выступают: – адаптация как способность социального субъекта приспосабливаться к воздействиям природной и социальной среды относительно его физических, социальных и духовных способностей; – целеполагание – формулирование цели и мобилизация ресурсов для достижения адаптационных задач; – саморазвитие – обеспечение динамики туризма посредством смены устаревших технологий и норм поведения людей в области своего физического и духовного преобразования на современные его технологии;
- **интеграция** – обеспечение внутреннего единства, упорядоченности в элементах, компонентах и подсистемах туризма путем выработки и передачи от субъекта к субъекту необходимого комплекса практических и научных знаний, видов, средств, методов и технологии деятельности, социальных и духовных образцов индивидуального и группового взаимодействия в туристической и связанных с ней других видов деятельности;
- **равновесие** или **стабильность**, проявляющееся, с одной стороны, в приспособлении действий всех социальных элементов друг к другу в области туризма, гармония их интересов в видах, формах и результатах туристической деятельности, ее традициях; с другой – в сбалансированности и достаточности средств и ценностей, образующих единую культурологическую базу туризма;
- **динамика** – процесс количественно-качественных изменений в ее элементах, компонентах и подсистемах под влиянием внешних и внутренних факторов. Её субъектом являются отдельные личности, социальные группы и туристические организации, а главным источником – их инновационное мышление, мотивация, энергия действия в деле совершенствования своей физической и духовной природы, создания условий и способов этого совершенствования посредством туристической деятельности;
- **целостность** – форма существования туризма, обеспечивающая функционирование присущих ему структурных элементов, компонентов и подсистем, видов и способов деятельности, ролей и статусов личности и социальных групп, направленных на создание условий потребления культурных ценностей региональной или мировой культуры.

Системные свойства туризма обуславливают его **системные качества**. К ним относятся:

- **организация** – упорядоченный комплекс норм и правил целевого функционирования различных элементов, компонентов и подсистем туризма;

- **иерархия** – устойчивая расположенность ролей и статусов на основе обладания образовательным и опытным знанием в системе организации туристической деятельности, основным принципом которой является подчинение ниже стоящих элементов выше стоящим в социальной структуре: занимаемая должность и выполняемая роль туроператора, менеджера, научного работника, руководителя туристического комплекса, туристической организации или соответствующего министерства, туриста;
- **порядок** – проявляющийся, с одной стороны, в устойчивом комплексе нормативного и иерархического взаимодействия элементов, компонентов и подсистем социальной структуры туризма; с другой, в социальном контроле за выполнением установленных индивидуального или общественного стиля и образцов поведения в процессе пространственной мобильности.

Туризм как социальная система функционируют на основе следующих принципов:

- **универсальности** – способности к развитию, охватывающему всю совокупность социальных общностей и институтов, многообразие их потребностей и интересов в деле туристической и связанных с ней других видов деятельности;
- **автономности** – способности существовать относительно самостоятельно в социокультурной системе общества за счет высокого уровня самоорганизации;
- **самосохранения** – способности к обеспечению устойчивости своих структурных элементов и их функциональных связей через саморегуляцию, проявляющуюся в способности социальных субъектов выявлять и обеспечивать потребности людей в их духовном развитии посредством туристической деятельности;
- **открытости** - проявляющейся, с одной стороны, в многообразии связей социальных субъектов с географическими, климатическими, социокультурными и др. условиями жизнедеятельности людей, коррекции их туристического поведения с учетом этих факторов; с другой - в интенсивно развивающихся видах и формах коммуникативного взаимодействия между личностями и социальными группами, организациями и учреждениями в своей и других странах и т.п.; с третьей стороны - во взаимопроникновении туристических моделей разных исторических этапов, стран, национально-этнических, территориальных групп и т.п. В этой связи туризм как социальная система – это целостный комплекс взаимосвязанных и взаимообусловленных индивидов, социальных групп и организаций предметно целевой направленности, детерминированный устойчивой реакцией социального субъекта на пространственную мобильность как ценность – средство удовлетворения потребностей, интересов и целей личности и различных социально-демографических групп социальной структуры общества.

Заключение. Устойчивая совокупность системных связей туризма обусловлена мотивацией социального субъекта: людей, обладающих различными социально-демографическими (пол, возраст, национальность, уровень физического и духовного развития) и статусными характеристиками (образование, профессиональная подготовленность, занимаемая должность, материальное положение и т.п.). Схожесть их потребностей, интересов и целей задает их предметную туристическую направленность: двигательную, научную, образовательную, экономическую, управленческую, религиозную и др., формирует структуру и функции социальной системы туризма.