

ГУМАНИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА В ДЕМОКРАТИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Гатамуллин А.Г., канд. ист. наук, доцент
Институт менеджмента спорта и туризма БГУФК
Республика Беларусь

Физическая культура, спорт и туризм играют важную роль в жизни общества и личности с древнейших времен. Физическое воспитание как специфическая сфера общественной деятельности, обособленная от физического труда, возникла, по мнению ряда российских ученых, 80–1000 тыс. лет назад [1]. Зарождение туризма в европейской культуре большинство исследователей относят к эпохе античности. Онтология, эпистемология, аксиология спорта, туризма и их роль в социальной жизни общества всегда интересовали людей. О воспитательной и оздоровительной пользе физических упражнений высказывались мыслители древности, гуманисты эпохи возрождения, европейские просветители, врачи, педагоги, писатели, современные исследователи.

Связь физической культуры, спорта и туризма существует на протяжении веков. В европейской культуре в эпоху Античности интегратором этих явлений стали Олимпийские игры. Утраченная в эпоху Средневековья, эта связь возродилась и продолжает развиваться на протяжении XX и XXI столетий. Поиск эффективной модели спорта и туризма, результативных способов их взаимодействия приобрели особую актуальность после распада Советского Союза, повлекшего разрушение советской модели спорта и туризма.

Этимологически слово «спорт» восходит к позднелатинскому глаголу “deportare” и возникло в английском языке. Первоначально оно означало отвлекаться, развлекаться, веселиться – как раз все, что делают “in sport” (в спорте) и “for love” (по любви). В узком смысле оно обозначало охоту на “game” (дичь), эта коннотация из средневековой дворянской культуры сохранилась в английском языке до сегодняшнего дня [2]. Скачки уже в начале Нового времени также назывались спортом. Но в повседневную речь слово вошло лишь тогда, когда с середины XIX столетия распространение получили множество новых игр и развлечений. Отныне спорт сделался родовым понятием для различных видов игры в мяч (крикет, футбол, хоккей), единоборств (бокс, фехтование), всевозможных модных досуговых занятий (гребля, верховая езда, велогонки и гонки на роликовых коньках, плавание и альпинизм, дартс и керлинг) и, наконец, для так называемой легкой атлетики (бега, прыжков, метания и пр.). Это перечисление спортивных дисциплин можно найти, например, в обзорной статье об английской спортивной жизни 1899 года.

Многообразие соревнований и развлечений стало вскоре необозримым. В XX веке оно делалось все более запутанным, так что социолог Клаус Хайнеманн через 100 лет после выхода в свет его статьи [3], исследуя досуг в Гамбурге, задокументировал 240 спортивных дисциплин. Каждая дисциплина может сочетаться с различными организационными формами (соседи и круг друзей, союз и общество, школа и университет,

армия, партия, государство) и типами финансирования (входная плата, частное меценатство, субсидии общественных организаций, государственное финансирование).

В Законе Республики Беларусь «О физической культуре и спорте» (глава 6) даны определения понятий «физическая культура» «спорт», «профессиональный спорт», «спорт высших достижений» [4]. В современной литературе используются термины «массовый спорт», «олимпийский спорт», «спорт для всех», что служит подтверждением трансформаций в сфере спорта и необходимостью их осмысления. В развитии физической культуры и спорта в настоящее время четко прослеживаются две тенденции: коммерческая (в первую очередь профессиональный спорт) и оздоровительно-рекреационная (спорт для всех). Хотя это не означает, что профессиональный спорт не может решать задачи социального характера, а спорт для всех – экономического.

Туризм также стремительно меняет свое содержание. Бурное развитие массового туризма, по мнению многих специалистов, справедливо можно признать одним из феноменов XX века, а XXI век, по оценкам экспертов в экономической сфере, станет веком туризма. Сегодня из 195 государств мира в туристическую индустрию вовлечены 155 стран. Мировой туризм демонстрирует непрерывный рост. Уже в 2012 г. ежегодный объем общемировых туристических потоков впервые превысил млрд прибытий и составил 1 млрд 35 млн (в 2013 г. – 1 млрд 87 млн), а доходы от туризма впервые превысили триллион долларов США и составили 1 трлн 75 млрд долларов США. Согласно данным последнего Всемирного барометра по туризму UNWTO, международные туристические прибытия во всем мире выросли на 7 % в 2017 году, достигнув в общей сложности 1 млрд 322 млн человек. Ожидается, что этот импульс останется актуальным и для 2019 года, а рост турпотока составит в среднем 4–5 % [5].

Количественные изменения в туризме не могут не вызывать и качественные трансформации его содержания. Если массовый туризм XX века ориентировался на разовые долгосрочные поездки туристов в места с богатым курортным и рекреационным потенциалом, что предполагало отдых в пассивной форме, то современный туризм в силу объективных причин, становится индивидуальным, краткосрочным и активным. Одно из первых определений туризма было дано в 1947 г. в Большой советской энциклопедии: «Туризм, один из способов организации и проведения досуга в путешествиях. Решая ряд общих задач коммунистического воспитания трудящихся и используя как средство различные виды передвижения, советский туризм втягивает массы трудящихся в овладение физической культурой». Ныне самое широкое современное определение туризма: «Туризм – частный случай рекреации». Количество видов туризма: деловой, культурный, религиозный, образовательный, этнический и другие представляются автору попыткой включить в понятие «туризм» все выезды за пределы проживания субъекта по каким-либо мотивам, что также требует переосмысления содержания понятия «туризм».

Следует отметить, что экономические аспекты спорта и туризма достаточно полно рассмотрены в отечественной и зарубежной литературе (маркетинг спорта: Дон Биг, Саймон Чедвиг; event-маркетинг: А.И. Романцов; ивент-менеджмент: М. Сондер; ивент-менеджмент в спорте: С.В. Алтухов), то вопросы осмысления и раскрытия гуманистического потенциала спорта в формировании личности, роли спорта и туризма в решении значимых для общества и личности социально-педагогических задач: патриотизм и национальная идентификация, воспитание и самовоспитание, социальная интеграция, самореализация рассмотрены, по мнению автора, недостаточно

полно. Одна из важных тенденций трансформаций спорта и туризма в настоящее время – их выход за рамки государственного регулирования. В качестве примера можно привести выездной туризм и самодеятельный туризм, организацию детских платных групп, любительские лиги, ветеранские турниры, частные фитнес-клубы.

На стыке спорта и туризма рождается новое перспективное направление – спортивно-событийный туризм. Оно нуждается в пояснении. В Беларуси существует спортивный туризм как самостоятельный вид спорта, включенный в единую спортивную классификацию, по которому проводятся соревнования, присваиваются спортивные разряды. Участники этих соревнований являются спортсменами и к туризму с точки зрения законодательства отношения не имеют [6]. Субъектами спортивно-событийного туризма в качестве потребителей предлагаемого туристического продукта являются зрители, болельщики, члены фан-клубов, приезжающие на спортивное мероприятие и являющиеся его активными участниками.

По экспертным оценкам перспективными направлениями развития туризма в Беларуси являются экологический туризм, агроэкотуризм и событийный туризм [7]. Для развития собственно спортивно-событийного туризма также существует целый ряд благоприятных условий. Географическое положение Беларуси позволяет проводить спортивные мероприятия с их массовым посещением болельщиками и зрителями всех европейских стран, а также Российской Федерации. В Республике Беларусь значительно укреплена и продолжает развиваться материально-техническая база спорта. Одним из наиболее динамично развивающихся направлений работы спортивной отрасли стало привлечение и организация проведения на территории Республики Беларусь крупнейших международных спортивных соревнований. Только за последнее время проведены такие крупные спортивные мероприятия, как чемпионаты мира по хоккею, велосипедному спорту на треке, тайландскому боксу, пауэрлифтингу, чемпионаты Европы по художественной гимнастике, самбо, боксу, индорхоккею, шахматам и многие другие международные соревнования [8; 9].

Ко всему следует отметить высокий международный спортивный рейтинг Беларуси. Страна постоянно входит в двадцатку сильнейших среди более 200 спортивных держав мира, принимающих участие в Олимпийских играх.

Все вышеизложенное порождает целый ряд вопросов методического, нормативно-правового, кадрового, педагогического характера. Необходим поиск эффективных форм взаимодействия государства и гражданского общества в сфере спорта и туризма, полноценное использование гуманистического, социального и педагогического потенциала.

1. Банфи, А. Философия искусства / А. Банфи. – М.: Искусство, 1989. – 384 с.
2. Eisenberg, C. Die Entdeckung des Sports durch die moderne Geschichtswissenschaft / C. Eisenberg // Hans Joachim Teichler (Hg.). Modern und Trends im Sport und in der Sportgeschichtsschreibung. – Hamburg: Czwalina, 2003. – S. 31–34.
3. Heinemann, K. Der Sportverein – Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung / K. Heinemann, M. Schubert. – Schorndorf: Hofmann Verlag, 1994. – S. 452.
4. О физической культуре и спорте: Закон Респ. Беларусь, 4 янв. 2014 г., № 125-З: принят Палатой представителей 5 дек. 2013 г.: одобр. Советом Респ. 19 дек. 2013 г.: в ред. от 9 янв. 2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. UNWTO World Tourism Barometer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/en/barometer>. – Дата доступа: 27.02.2019.

6. О туризме: Закон Респ. Беларусь от 25 нояб. 1999 г. № 326-З (ред. от 18 июл. 2016 г.): с изм. и доп., вступающ. в силу с 24 янв. 2017 г.

7. Талай, В. А. Основные направления и перспективы развития туристической отрасли в Республике Беларусь / В. А. Талай, М. В. Пороховская // Весник ВДУ. – 2013. – № 5 (77). – С. 89–98.

8. Belsrus.by. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarus.by/ru./government/president>. – Дата доступа: 27.02.2019.

9. Донских, С. В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. – Минск: РИПО, 2014. – 112 с.

ТУРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

Кривицун-Левшина Л.Н., канд. пед. наук

Витебский государственный университет им. П.М. Машерова
Республика Беларусь

Туризм в историческом пространстве является не только сферой управленческой и досуговой деятельности людей, но и экономическим фактором развития многих стран мира. Важным условием его успешного функционирования является научно обоснованные и практико беспечиваемые связи в контексте: объективная реальность > человек >удовлетворение его многообразных потребностей. В этой связи цель нашего исследования – научное обоснование социального феномена туризма с позиции основополагающих его социологических концепций.

Единственной формой туристической активности человека является действие, деятельность. М. Вебер в теории «социальное действие» утверждает, что в туризме человек (турист и турагент) – всегда актер, действия которого соотносятся с действием других людей и ориентируется на него. Во множестве соотнесенных действий акторы ориентируются на действия и социальных институтов (посольство, консульство, паспортный контроль, таможня и др.). Действия людей всегда мотивированы, а интеграция их мотивов обеспечивает «сохранение» культурного своеобразия типов социального действия акторов туризма – возникновение конкретной практики туриста: выбора его туристического действия и образование социотуристических сообществ. Концепция системы социального действия Т. Парсонса определяет в любом социальном сообществе интеграцию индивидов по мере вовлеченности их в единую сферу деятельности, что и наблюдается в туристских практиках: интеграция профессиональных институтов, потребителей туруслуг, турпредприятий и туроператоров и др. В концепции Э. Дюркгейма о социальных фактах туриндустрия, туристские практики туристов воздействуют на жизнедеятельность социума. Их возникновение и функционирование связано с актуальностью деятельности агента-посредника, который решает стартовые и оперативные проблемы туристов [1].

В современном туризме Дж. Урри акцентирует внимание на том, что основу социальной жизни составляет множество видов мобильностей: физическая, воображаемая, виртуальная, добровольная, вынужденная, составляющие «мобильную культуру», восходящую к истокам зарождения массового туризма начала XX в. Виды мобильности определяют способ возникновения и развития глобализации, что поз-