

РЕЦЕНЗИЯ

на монографию «Социология, культурология и психология: научные и практические парадигмы». Эл изд. – 200 с. НОО «Профессиональная наука», Н-Новгород, 2019г.

Авторы: Акименко Г.В., Жижина М.В., Мартьянова Е.Г., Начева Л.В., Чеснова Е.Н.

Актуальность данной монографии определяется все возрастающим значением качества человеческого фактора в развитии современного общества. Практико-ориентированность исследования подчеркивается данными о развитии культурного туризма в свете не только его экономической, но и социокультурной, и психологической значимости.

Содержание монографии «Социология, культурология и психология: научные и практические парадигмы» представлено в составе трех глав, подготовленных коллективом авторов.

В первой главе «Психология первого впечатления: функции социальной перцепции, эффекты, схемы и типы восприятия» рассматривается понятие «первое впечатление» с проведением анализа формирования первого впечатления, включающего различные компоненты. При этом представлены закономерности социального восприятия с точки зрения первого впечатления, производимого человеком в разных контекстах.

Особое внимание уделяется многообразию факторов, различающихся в зависимости от индивидуально-психологических особенностей наблюдателя, его жизненного опыта, уровня интеллекта и пр., в том числе включая обстоятельства, при которых происходит формирование первого впечатления.

Вторая глава «Феномен интегральной парадигмы в психологии личности» посвящена анализу значимости психологического фактора в совершенствовании личности и ее навыков и умений во всех сферах профессиональной деятельности.

В данной главе дано понятие «парадигмы» как совокупности убеждений и ценностей, принятых научным сообществом и обеспечивающих существование научной традиции.

Отмечено, что одним из последствий развития современной психологической науки является отсутствие общепризнанных научных парадигм.

Исходя из рассуждения авторов, для целостного понимания природы человека, интеллектуальных и душевных процессов, нужна интегральная парадигма.

В конце главы сделан вывод, о том, что от того насколько полноценно развита интегральная личность зависит благосостояние и счастье человечества в целом.

Первые две главы монографии можно трактовать как теоретическую основу для рассмотрения тенденций развития культурного туризма, представленных в третьей главе.

В третьей главе «Культурный туризм как объект социологического и психологического анализа» рассматривается наиболее яркое и быстро развивающееся направление современного туризма – культурный туризм в его психологическом аспекте. При этом авторы считают, что в современной социокультурной среде культурный туризм выступает эмерджентным явлением, на примере которого можно рассмотреть социологическую, психологическую, культурологическую, экономическую и иную проблематику современного общества.

Авторы выделяют культурный туризм как объект социологического анализа, в том числе через исследование такой социальной категории как «туристический спрос». При этом особое значение указывают на такие факторы как общеэкономические, социо-демографические и общекультурные факторы, изменение сознания покупателя туристских услуг, его цели и поведение на туристическом рынке, объекты интереса туристов, спрос и предложения, и т.п.

На основе краткого обзора теории в части мотивации и поведения туриста, авторами делаются выводы о том, что для того чтобы развивать культурный туризм, предлагать туры, разрабатывать маршруты необходимо его исследовать, выявлять факторы, способствующие его развитию, выявлению брендов способных привлечь туристов.

Приводятся примеры развития культурного туризма на территории Тульского региона. В частности, отмечена большая роль Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого в популяризации регионального культурного туризма.

Авторами делается акцент на теоретические исследования в части социокультурных, правовых, этических оснований культурного туризма региона, государственной политики развития культурного туризма, роли культурного туризма в социально-экономическом развитии региона, информационных технологий в туризме, классификации и анализа видов культурного туризма, терминологической базы исследований культурного туризма, культурных ценностей и конфликтов в туризме, культурных практик в туристической деятельности, философского значения культурного туризма и т.д.

Отмечено, что достаточно перспективными являются исследования культурного туризма как объекта социологического и психологического анализа.

В монографии речь идет о новом концептуальном подходе к культурному туризму в целом. Сделан акцент на то, что в современной ситуации значимых изменений общества четко и быстро проявляются

реальные изменения личности, и личности туриста, потребляющего турпродукт культурного туризма в частности. При этом представление уникального продукта на туристическом рынке, создание развитой инфраструктуры, актуальных туристских маршрутов способствует привлечению капитала, регион и страна в целом становятся более привлекательными инвестиционным плане. А значит, растут капиталовложения, что способствует увеличению ВВП Российской Федерации. Туризм, в том числе культурный туризм во всех его разновидностях, становится неотъемлемой частью экономики государства, чему способствуют постоянно и быстро меняющиеся социально-экономические условия страны.

Авторы подробно останавливаются на особенностях современной общественной психологии потребления, туристического спроса в России, раскрывая его через идею «общества свободного времени». Делается акцент на то, что в сферу социологического анализа культурного туризма подпадают такие важные характеристики, как «свободное время»; количество туристов; частота, периодичность совершаемой туристической деятельности; географические, культурные, религиозные предпочтения в выборе туризма; форма организации тура; ценовые предпочтения туриста, удовлетворенность от качества предоставляемых туристических услуг и т.д. При этом отмечается, что последнее является наиболее действенным средством их всех социальных практик в качестве мотивационного фактора на поведение потребителя туристической услуги.

Третья глава монографии содержит данные об особенностях позитивного влияния культурно-познавательных туров, их условий на здоровье человека. Авторами рассматриваются состояния туристов «в условиях культурно-познавательных туров в различных регионах России». Отмечается, что большая роль в выработке позитивного влияния отводится грамотному построению туристической программы, маршруту, обслуживанию, организации питания, комфорту пребывания в целом.

Авторами рассмотрены такие важные составляющие туризма, как психология продаж (в том числе личностные качества менеджера, человеческий фактор) и психологические предпосылки продаж туристского продукта; психодиагностика клиента туристской фирмы; психология влияния в процессе реализации туристического продукта; психология обслуживания туристов; психология презентации туристского продукта и др.

Отмечено, что культурный туризм становится объектом социологического анализа и исследования через исследование такой социальной категории как «туристический спрос». Здесь большое значение имеют такие факторы как общеэкономические, социо-демографические и общекультурные факторы, изменение сознания покупателя туристской

услуги, его цели и поведение на туристическом рынке, объекты интереса туристов, спрос и предложения, и т.п.

Связь экономического подхода с социологическим и психологическим авторы рекомендуют проследить в исследованиях индустрии рекламы, психологии мотиваций туризма. В третьей главе монографии указаны проблемы, пользующиеся наибольшей популярностью в рамках социологических и психологических исследований. При этом наиболее полно раскрываются функции туризма как социокультурного явления: удовлетворение потребностей (самоактуализация), познавательная функция (новые знания о культуре, истории, традициях, нормах и обычаях, активное приобретение знаний), коммуникативная функция, социализация и инкультурация личности, мотивационная функция (направлена на формирование идеалов, норм, образцов поведения, стиль жизни в сознании человека). При анализе существующих исследований культурный туризм становится не просто перспективным, востребованным направлением туризма, но на его примере создаются оригинальные авторские концепции исследований, призванные во многом развить туристическую индустрию, а самому туристу найти и развить себя.

Подводя итог, авторы делают вывод о том, что различные виды культурного туризма, способствуют привлечению капитала, инвесторов, трудовых ресурсов, развитию различных областей экономики, науки, образования, культуры, поддержанию и спасению культурных объектов и т.п., что нашло подтверждение в материалах научных исследований, представленных в третьей главе монографии.

Монография «Социология, культурология и психология: научные и практические парадигмы» разработана на основе результатов научных исследований группы авторов.

Результаты выполненных исследований демонстрируют актуальность и своевременность для российской науки и образования рассматриваемых вопросов в области развития теоретической и практической психологии личности, а также влияния культурного туризма на развитие личности и общества в целом.

Помимо широкого обзора информационных источников (с 1982 по 2019 гг.) и доступного изложения материала, в монографии:

- рассмотрены закономерности социального восприятия с точки зрения первого впечатления, производимого человеком в разных контекстах;
- представлено мнение авторов о целостном понимании природы человека, интеллектуальных и душевных процессов в свете создания интегральной парадигмы;
- изучены вопросы развития культурного туризма в его не только экономическом, но и социокультурном, и психологическом аспектах.

В целом, работа отражает научные взгляды на современное состояние обозначенных проблем. Данное издание могут использовать студенты различных уровней высших учебных заведений (бакалавры, специалисты и магистры), аспиранты и преподаватели, слушатели системы профессиональной подготовки и/или переподготовки, повышения квалификации, а также социологи, психологи, педагоги, экономисты, менеджеры и другие специалисты-практики различных служб субъектов хозяйствования различных организационно-правовых форм из различных отраслей промышленности реального сектора экономики.

Таким образом, данное пособие рецензент оценивает положительно и рекомендует его к изданию.

Рецензент:

Дудкина О.В.

Ученая степень: Кандидат социологических наук

Должность: Доцент

Место работы: Донской государственный технический университет

Подпись к.с.н., доц. Дудкиной О.В.

заверяю:

Декан факультета Сервис и туризм,
д.ф.н., проф.



Минасян Л.А.