

DOI: 10.15838/ptd.2019.5.103.5
 УДК 338.482:316 | ББК 60.564.04

© Цветкова И.В.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)¹



ЦВЕТКОВА ИРИНА ВИКТОРОВНА

Тольяттинский государственный университет
 Россия, 445020, г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14
 E-mail: aleksandr@kozlov@mail.ru
 ORCID: 0000-0002-3433-328X

Развитие туризма в регионах России выступает важным направлением модернизации экономики и социальной сферы. Данная проблема имеет особое значение для диверсификации экономики промышленных регионов, в том числе Самарской области. В современных исследованиях по развитию туризма большое значение уделяется бренду региона, его имиджу в средствах массовой информации. Не меньшее значение имеет восприятие условий жизни местным населением, что находит выражение в региональной идентичности жителей. Цель исследования состоит в изучении проблем развития туризма во взаимосвязи с ценностным отношением населения к территории проживания. Новизна подхода проявляется в том, что туризм рассматривается как индикатор региональной идентичности населения. Мнения населения о преимуществах проживания в регионе создают предпосылки для создания имиджа региона, привлекательного для туристов. С другой стороны, развитие туризма в регионе расширяет доступность природного и социально-культурного наследия как для приезжих, так и для местного населения. Эмпирической базой исследования послужили результаты анкетного опроса населения Самарской области. Исследование было посвящено изучению мнений жителей Самарской области о региональной идентичности. При анализе результатов были выделены группы респондентов в зависимости от их

Для цитирования Цветкова И.В. Развитие туризма в контексте региональной идентичности (на примере Самарской области) // Проблемы развития территории. 2019. № 5 (103). С. 78–90. DOI: 10.15838/ptd.2019.5.103.5

For citation: Tsvetkova I.V. Tourism development in the context of regional identity (the case of the Samara Oblast). *Problems of Territory's Development*, 2019, no. 5 (103), pp. 78–90. DOI: 10.15838/ptd.2019.5.103.5

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ 18-411-630001 р_а «Концептуальная модель региональной идентичности населения Самарского региона».

суждений о развитии туризма. Первая группа считает, что туризм хорошо развит в Самарской области. Вторая группа придерживается противоположной позиции. Анализ результатов показал, что респонденты, считающие туризм развитым, чаще демонстрируют положительное отношение к региону. Они чаще выделяют преимущества региона, связанные с уровнем и качеством жизни, социально-культурным развитием территории. Результаты анкетирования показывают, что при продвижении регионального туризма необходимо обращать внимание на формирование региональной идентичности населения. Недостаточный уровень развития этих качеств может отрицательно влиять на туристическую привлекательность региона.

Туризм, оценка социально-экономического развития, факторы развития туризма, региональная идентичность, локальная идентичность, имидж региона, информационные источники, ценности, Самарская область.

Проблемы повышения туристической привлекательности региона включают множество факторов. Одним из них выступает региональная идентичность населения. Опыт некоторых регионов, например Ивановской области, показывает, что для успешной реализации социально-экономических стратегий в сфере туризма необходима поддержка местного сообщества [1, с. 77].

При изучении структур региональной идентичности большое значение имеет отношение местного населения к природе. Природные объекты выступают предметом гордости населения при осознании их уникальности. Однако признание ценности местной природы не имеет прямой связи с развитием туризма в общественном сознании [2].

Понятие региональной идентичности в современной науке рассматривают в качестве проявления ценностного отношения населения территории к обычаям, традициям, местной культуре. Региональная идентичность выступает основой для объединения местного сообщества [3]. По мнению некоторых ученых, региональную идентичность не следует противопоставлять национальной или гражданской идентичности. Региональная идентичность объединяет представителей различных этнических групп, она способствует укреплению целостности государства [4, с. 48].

Социально-культурные смыслы находят проявление в образе региона, который содержит мнение населения о различных видах социально-экономических условий, формах взаимодействия властных структур и бизнеса, сравнительных характеристиках уровня и образа жизни [5].

Региональная идентичность населения молодежи Татарстана, например, формируется на базе представлений о том, что в регионе созданы достойные условия жизни населения, соответствующие современным представлениям об уровне и качестве жизни [6, с. 70].

Понятие «идентичность», которое находит широкое применение в социальных и гуманитарных науках, характеризует активность индивидов в социально-культурном пространстве, которая включает несколько аспектов.

Первый аспект связан с удовлетворением потребностей в социальном самоопределении по отношению к коллективным общностям. Формирование идентичности основывается на освоении знаний, ценностей, видов деятельности, которые позволяют индивидам адаптироваться в социальных сообществах, стать в них «своими» [7, с. 124]. Данный подход является институциональным, поскольку он использует социально-культурный потенциал сообщества для интеграции индивидов.

Региональная идентичность с позиций институционального подхода соотносится с представлениями о ментальности, образе жизни населения, который формируется под влиянием местных условий. Региональная идентичность нацелена на укоренение населения, создание устойчивого местного сообщества, заинтересованного в развитии территории [8, с. 123].

Институциональный подход делает акцент на интеграционных процессах, которые происходят на локальном и региональ-

ном уровне. Туристическая привлекательность региона в рамках институционального подхода к региональной идентичности рассматривается как возможность продемонстрировать достопримечательности, готовность делиться культурными достижениями. При институциональном подходе в туризме реализуется практика гостеприимства со стороны «хозяина», уверенного в себе. Прием туристов, как и прием гостей, предполагает показ себя с лучшей стороны, но не направлен на создание иллюзорного имиджа.

Под влиянием процессов глобализации и информатизации, модернизации экономики институциональный подход к региональной идентичности сталкивается с рядом проблем. Они вызваны усилением миграционных процессов, повышением значимости туризма как социально-культурной деятельности и отрасли экономики. На смену институциональной парадигме приходит конструктивистский подход к формированию региональной идентичности. Желание адаптироваться в условиях общности выступает результатом выбора индивидов. Конструктивистская парадигма региональной идентичности рассматривает местное население как потенциальных мигрантов. В конечном итоге индивид может сделать выбор не в пользу региона своего проживания, а в пользу другой территории. В современных условиях выбор идентичности обусловлен процессами глобализации, социальной мобильности, а также информатизации.

В рамках конструктивистского подхода региональная идентичность рассматривается как комплексная характеристика социально-экономических, социально-политических условий, влияющих на формирование образа территории в общественном сознании. Обзор содержания понятия «региональная идентичность» в работах российских авторов представлен в статье Н.А. Левочкиной [9]. Для региональной идентичности имеют значение не только образы территории, созданные в сознании местного населения. Значительное влияние оказывает «внешний образ» региона, который распространяется за его пределами. В условиях

конкуренции регионов за ресурсы усиливается информационная борьба за продвижение брендов регионов. Население выступает в качестве ресурса маркетинговых стратегий, но местные жители далеко не всегда делают выбор в пользу региона своего проживания. Данная ситуация оказывает существенное влияние на региональный туризм. Оценка условий регионального туризма осуществляется не с позиций «хозяина», а со стороны потенциального «туриста». В рамках конструктивистского подхода региональная идентичность основывается на сравнении особенностей различных регионов с целью выделения преимуществ. Развитие туризма выходит за рамки представлений о гостеприимстве местных жителей, оно во многом зависит от привлекательности региона для инвесторов за пределами территории.

При рассмотрении вопросов развития регионального туризма происходит столкновение институционального и конструктивистского подходов к анализу региональной идентичности. Бесспорным преимуществом конструктивистского подхода выступает то, что он учитывает объективные социальные изменения, происходящие в различных сферах общественной жизни. Однако конструирование привлекательного образа территории должно учитывать потребности и интересы местного сообщества. Институциональная парадигма ориентирована на развитие локального и регионального патриотизма. Однако успешное применение этого подхода связано с преодолением региональной замкнутости. Иностранные исследователи видят перспективы формирования региональной идентичности через раскрытие креативного потенциала населения, создание условий для развития искусства, инноваций, различных форм и видов творчества [10, с. 1375].

Факторы региональной идентичности находят применение в инвестиционной политике, в реализации туристических стратегий. Региональная идентичность – это один из факторов создания туристической дестинации.

Туристическая привлекательность местности определяется комплексом условий,

Таблица 1. Развитие туристско-рекреационного кластера Самарской области на 2018–2030 гг.

Индикатор развития	2018 год	2025 год	2030 год
Объем внутреннего и выездного туристического потока в Самарской области (тыс. чел)	764,4	877,9	969,2
Объем налоговых и иных платежей от сферы туризма в бюджеты всех уровней (млн руб.)	4538,3	4865,6	5113,6
Объем услуг, оказанных населению Самарской области в сфере туризма (млн руб.)	4979,5	5719,9	6315,1

Источник: Об утверждении государственной программы Самарской области «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2015–2025 годы. (с изменениями на 27 декабря 2018 года). Приложение 1. URL: <http://docs.cntd.ru/document/550320099> (дата обращения 06.04.2019).

которые придают ей уникальность [11, с. 42]. Туризм формирует доступность культурного и природного наследия как для приезжих, так и для местных жителей. Туризм – это способ возвращения идентичности [12, с. 9].

В Самарской области туризм является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития (табл. 1). В документах по развитию туризма в регионе отмечено, что туризм комплексно влияет на различные сферы жизни. Туризм выступает катализатором социально-экономического развития². Самарская область в настоящее время реализует целевую региональную программу по развитию туризма, которая основывается на использовании уникальных условий региона [13, с. 135].

Целью статьи является анализ развития туризма в регионе во взаимосвязи с характеристиками региональной идентичности населения. К ним относятся миграционные планы, отношение участников опроса к месту своего проживания, информированность о жизни региона, представления о положительных и отрицательных аспектах жизни в регионе, оценка экологической ситуации.

В современном обществе туризм выступает одной из важных отраслей экономической и социально-культурной жизни. Внимание к развитию туризма связано с поисками возможностей для диверсифика-

² Постановление Правительства Самарской области от 22 апреля 2015 года № 206 «Об утверждении государственной программы Самарской области «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2015–2025 годы» (с изменениями на 3 сентября 2018 года). URL: <http://docs.cntd.ru/document/464018369> (дата обращения 15.01.2019).

ции экономики, источников для увеличения местного бюджета. Некоторые исследователи рассматривают развитие туризма как важное направление импортозамещения [14, с. 16]. В условиях экономических санкций в нашей стране была принята стратегия, направленная на создание продуктов отечественного производства, которые могут по своим свойствам заменить зарубежные аналоги. Данная стратегия может применяться в сфере туризма. Речь идет о создании туристических продуктов, которые могут быть привлекательными как для жителей региона, нашей страны, так и для зарубежных туристов. Одним из важных условий развития туризма в регионе является организация государственно-частного партнерства. В Самарской области, согласно мнениям специалистов, создана современная юридическая база для развития проектов государственно-частного партнерства [15, с. 22]. Однако практика установления эффективных отношений между государством и бизнесом в туристической индустрии находится в стадии становления.

В Самарской области, как и в других регионах России, туризм имеет значение для решения экономических проблем сельского населения. Развитие туризма оказывает влияние на создание рабочих мест, развитие предпринимательства в регионе, возрождение народных промыслов. Это способствует формированию общих черт культуры при сохранении этнической самобытности [16, с. 68].

Значительным потенциалом для развития в Самарской области обладает этногра-

фический туризм. Он связан с посещением поселений местного населения, в которых сохранился традиционный уклад [17, с. 25]. Развитию этнографического туризма в Самарской области могут оказывать помощь национально-культурные объединения [18]. Этнографический туризм в условиях нашей многонациональной страны способствует распространению знаний о богатстве культур народов нашей страны, укреплению национального согласия [19, с. 58].

Наиболее привлекательными для развития сельского туризма, согласно исследованиям экологов и экономистов, являются Иса克林ский, Кошкинский, Кинель-Черкасский, Ставропольский районы Самарской области [20, с. 28].

Организация музейного дела в регионе может способствовать достижению образовательных и воспитательных целей как туристов, так и местного населения. Развитию музейного дела в регионе препятствуют материально-техническое оснащение учреждений, недостаточное финансирование, что мешает модернизации экспозиций, внедрению передовых технологий [21, с. 16].

Состояние туристической сферы зависит от множества факторов. На продвижение туризма влияют не только экономические условия, но и развитие социальной и культурной сферы. Важными составляющими туристической привлекательности территории выступают сохранение и развитие культурного наследия региона.

Под культурным наследием в современной науке понимают не только результаты материальной и духовной деятельности людей, обладающие ценностью, но и природный ландшафт [22, с. 121]. Природные условия с позиций региональной идентичности рассматриваются как источник символического содержания культурных артефактов, формирующий неповторимый образ территории.

Природные условия Самарской области являются благоприятными для развития туризма (памятники природы с ценными представителями флоры и фауны). Сотрудники Института экологии Волжского бассейна РАН составили рейтинг распространения

по территории региона природных объектов, обладающих туристической привлекательностью [23, с. 64].

В стратегических документах по развитию туризма продвижение этой сферы связано с использованием возможностей туристско-рекреационного кластера. По мнению специалистов, этот кластер в настоящее время развит недостаточно. Перспективными направлениями в регионе являются событийный туризм, отдых выходного дня, а также деловой туризм (MICE). Последнее направление включает организацию деловых встреч, поощрений сотрудников фирм, проведение конференций и корпоративных мероприятий. Повышению туристической привлекательности региона способствуют мероприятия, проведенные для подготовки Чемпионата мира по футболу. В Самарской области было реализовано 70 инвестиционных проектов по развитию туристско-рекреационной инфраструктуры [24, с. 150]. Они нацелены на совершенствование транспортного перемещения, гостиничного обслуживания, организации общественного питания.

Самарская область в настоящее время реализует целевую региональную программу по развитию туризма, ее результаты обсуждают в научных и управленческих сферах [25, с. 134]. Формирование привлекательного образа территории для развития туризма во многом связано с задачами эффективного конструирования имиджа региона и региональной идентичности населения.

Изучение проблем региональной идентичности стало предметом социологического исследования, проведенного в 2018 году участниками проекта, реализованного при поддержке РФФИ. Были опрошены 754 человека. Согласно выборке, 396 человек проживают в Тольятти (53%), 183 человека (24%) – в средних городах Самарской области (Новокуйбышевск, Нефтегорск, Жигулевск), 175 участников опроса (23%) – в сельских поселениях Самарской области (Ставропольский, Сызранский, Шенталинский, Кошкинский, Октябрьский, Иса克林ский районы). По гендерным признакам участники опроса распределены следующим образом:

мужчины – 47%, женщины – 53%. В зависимости от возраста: 38% молодежь в возрасте от 18 до 30 лет, 32% составляют люди среднего возраста 31–45 лет, возрастная группа старше 45 лет – 30% опрошенных. Распределение социально-демографических характеристик участников опроса дает возможность получить достоверные статистические распределения ответов. При обработке и анализе информации использовалась программа статистической обработки информации SPSS-21.

В анкете респондентам были предложены суждения об условиях жизни в Самарском регионе. Одна из пар противоположных суждений имела отношение к туризму. Суждение «в Самарской области активно развивается туризм» нашло поддержку у 42% участников опроса. 58% респондентов выразили согласие с суждением «развитию туризма не уделяется должного внимания в Самарской области» (рис. 1).



Рис. 1. Выбор респондентами суждений о развитии туризма, % по столбцам

Рассмотрим социально-демографические особенности представителей данных групп. Участники анкетирования, отмечающие высокий уровень развития туризма, чаще относятся к возрастной группе старше 30 лет. Молодежи больше в числе тех, кто негативно оценивает туристическую привлекательность региона.

Среди жителей сельской местности на 15% больше сторонников развития туризма, чем в среднем по массиву (см. рис. 1). Жители крупных и средних городов чаще придерживаются противоположного мнения.

Респондентов, которые отмечают высокий уровень развития туризма в регионе, на 6% больше, чем других, отличает высокая самооценка материального положения: «отличное», «выше среднего». Описание материального положения участников опроса, которые не считают, что туризм развит в Самарской области, смещено в сторону средних и низких оценок.

Треть респондентов ответили утвердительно на вопрос «Планируете ли Вы в ближайшее время переехать в другой населенный пункт, в другой регион?». Среди участников анкетирования, которые не считают Самарский регион привлекательным для туристов, желание уехать распространено на 11% больше, чем среди тех, кто считает развитие туризма перспективным направлением (рис. 2). Они чаще соотносят свои жизненные планы с Самарской областью.

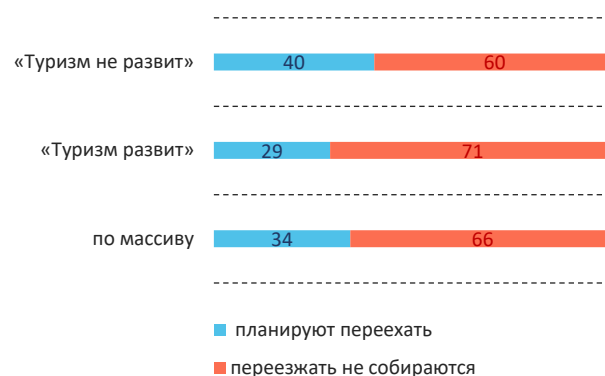


Рис. 2. Миграционные планы респондентов и оценка развития туризма, % по столбцам

Две трети опрошенных характеризует ценностное отношение к региону. Об этом свидетельствуют ответы на вопрос «Какие чувства у Вас возникают в связи с тем, что Вы являетесь жителем Самарского региона?». Респонденты, которые считают сферу туризма развитой в регионе, на 5% чаще, чем другие, выражают положительное отношение к региональной идентичности. Отрицательные чувства к региону проживания испытывает примерно десятая часть опрошенных. Это мнение чаще характерно для респондентов, которые считают, что туризм в Самарском регионе не развит. Затрудняется ответить на вопрос треть опрошенных.

Участникам анкетирования был задан вопрос «Что Вам нравится в населенном пункте, в котором Вы проживаете?». Распределение ответов, представленное в *табл. 2*, дает возможность выявить положительные аспекты региона, которые связаны с оценкой перспектив развития туризма.

Респонденты, которые считают, что в регионе успешно развивается туризм, на 8–9% чаще, чем другие, отмечают среди позитивных аспектов жизни в регионе людей, которые здесь живут, благоустройство и чистоту территории, невысокие цены на товары и услуги. На 5–6% чаще, чем другие, представители этой группы отмечают учебные заведения, где можно получить качественное образование, а также интересные культурные и спортивные мероприятия.

Соответственно, респонденты, которые не считают, что в регионе существуют благоприятные условия для развития туризма, отмечают перечисленные варианты ответа реже, чем другие.

На уровне средних показателей по массиву отмечены живописная природа, удобство транспортного перемещения, места, где можно отдохнуть и развлечься, рациональная застройка территории, условия для

организации досуга, а также красивые здания и архитектура.

Мнение участников опроса о том, что в Самарской области хорошо развивается туризм, находится в зависимости от оценки суждений об уровне и качестве жизни в регионе. Среди них почти две трети опрошенных считают, что в регионе высокое качество жизни. Этот показатель на 20% превышает данные по массиву. Участники опроса, которые не считают туризм приоритетным направлением, значительно чаще, чем другие, придерживаются противоположного суждения «Самарская область не отличается высоким качеством жизни, регион не является престижным». Данные опроса этой группы на 26% превышают результаты по массиву.

Сторонники мнения о развитии туризма в регионе на 17% чаще, чем другие, считают, что образ региона в СМИ является позитивным и ярким. Участники опроса, которые не видят перспектив для развития туризма в регионе, чаще, чем другие, утверждают, что СМИ представляют Самарский регион как проблемный, неинтересный. Результаты их ответов на 11% превышают данные по массиву.

Суждение о том, что в Самарской области богатая культура, здесь развивается совре-

Таблица 2. Ответы респондентов на вопрос «Что Вам нравится в населенном пункте, в котором Вы проживаете?» в зависимости от мнений об уровне развития туризма в регионе (данные приведены в % по столбцам)

Положительные аспекты региона	По массиву	Поддерживают суждение «туризм развит»	Поддерживают суждение «туризм не развит»
Живописная природа	56	57	56
Люди, которые здесь живут	44	51	39
Благоустройство, чистота	26	35	19
Удобство транспортного перемещения	31	34	32
Невысокие цены на товары, услуги	20	28	15
Есть где отдохнуть и развлечься (кинотеатры, развлекательные центры и т. д.)	21	24	21
Учебные заведения, где можно получить качественное образование	17	23	16
Интересные культурные и спортивные мероприятия	17	22	14
Удобная, рациональная застройка территории	19	21	20
Хорошие условия для организации досуга (кружки, клуб по интересам)	17	18	18
Красивые здания, архитектура	9	10	7

Примечание: Сумма по столбцам превышает 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа.

менное искусство, участники опроса, которые считают туризм развитым в регионе, поддерживают на 20% чаще, чем другие. Представление о том, что в Самарской области нет благоприятных условий для развития культуры, на 14% чаще распространено среди тех, кто не считает туризм развитой сферой.

Мнения участников двух групп различаются при оценке возможностей для развития талантов в регионе. Суждение «в Самарском регионе созданы условия для развития талантов, творчества» сторонники туризма отмечают на 13% чаще, чем в среднем по массиву. Противоположное суждение «Самарский регион не поддерживает талантливых людей, чтобы развиваться, они вынуждены переезжать в другие регионы» чаще поддерживают представители второй группы. Они на 8% чаще, чем другие, согласны с данным суждением.

Участникам опроса был задан вопрос «Какие проблемы характерны для населенного пункта, в котором Вы проживаете?». Табл. 3 дает возможность проанализировать данные по массиву и выявить причины, препятствующие развитию туризма. Об этом, в частности, свидетельствует распределение ответов участников опроса, которые не счи-

тают, что в регионе есть благоприятные условия для развития туризма. Представители этой группы на 8–11% чаще, чем другие, среди отрицательных аспектов жизни в регионе отмечают неблагоприятную экологию, отсутствие возможностей для достойного трудоустройства, низкое качество благоустройства, низкий уровень культуры населения, а также высокий уровень преступности.

Участники опроса, которые не считают, что в регионе есть благоприятные условия для развития туризма, на 5–6% чаще, чем другие, выделяют низкий уровень здравоохранения, отсутствие возможностей для получения качественного образования, отсутствие перспектив для развития территории.

Респонденты, которые считают условия региона благоприятными для развития туризма, соответственно, реже выделяют перечисленные позиции.

На уровне средних показателей по массиву представители обеих групп отмечают миграцию населения, молодежи в другие населенные пункты, плохое состояние дорог, безликий, серый вид зданий, малое количество памятников. Эти социальные проблемы отмечены примерно третьей частью респондентов.

Таблица 3. Ответы респондентов на вопрос «Какие проблемы характерны для населенного пункта, в котором Вы проживаете?» в зависимости от мнений об уровне развития туризма в регионе (данные приведены в % по столбцам)

Социальные проблемы региона	По массиву	Поддерживают суждение «туризм развит»	Поддерживают суждение «туризм не развит»
Неблагоприятная экология	45	31	56
Отсутствие возможностей для достойного трудоустройства	41	33	52
Пьянство, наркомания, преступность	36	30	44
Низкий уровень здравоохранения	35	30	41
Низкое качество благоустройства территории	29	24	37
Выезд населения, молодежи в другие населенные пункты	33	29	37
Низкий уровень культуры населения	26	15	35
Отсутствие перспектив для развития, стагнация	28	24	34
Плохое состояние дорог	35	38	32
Безликий, серый вид зданий, мало памятников	26	23	29
Отсутствие возможностей для получения качественного образования	18	13	22

Примечание: Сумма по столбцам превышает 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа.

Подробнее остановимся на характеристике экологического благополучия региона. Респондентам было предложено выразить свое согласие с суждениями об экологическом состоянии Волги, о ее значении для населения региона (табл. 4).

Две трети участников опроса выразили согласие с тем, что Волга является предметом гордости жителей Самарской области, Поволжья. Сторонники развития туризма в регионе поддерживали это суждение на 11% чаще, чем другие. 38% опрошенных считают, что Волга объединяет жителей Самарской области, Поволжья. Это мнение также чаще распространено среди респондентов, оптимистично оценивающих сферу туризма.

Примерно половина участников опроса считает, что экологическое состояние Волги в последние годы ухудшается, поддержание экологического благополучия Волги – дело государственной важности. Данные мнения на 7–10% чаще распространены среди респондентов, которые не согласны, что развитие туризма в регионе реализуется на должном уровне. Представители этой группы на 5% чаще, чем другие, отмечают, что строительство промышленных объектов на Волге, на ее берегах наносит большой ущерб природе региона. Это суждение было отмечено в 38% анкет по массиву.

Примерно половиной опрошенных на уровне средних показателей по массиву отмечены следующие суждения: «берега Волги – любимое место отдыха жителей Самарского региона, туристов», «необходимы действенные меры по спасению Волги», а также «необходимо благоустройство берегов Волги для развития культуры и туризма в Самарской области».

Как показывают результаты исследования, мнение населения о развитии туризма в регионе связано с характеристиками региональной идентичности населения. Как было отмечено ранее, при анализе данного феномена применяются два подхода: институциональный и конструктивистский. Представление о высоком уровне развития туризма чаще базируется на институциональных характеристиках региональной идентичности. Представители этой группы чаще подчеркивают позитивные аспекты условий жизни в регионе, они чаще удовлетворены благоустройством и чистотой территории, невысокими ценами на товары и услуги, хорошими условиями для развития культуры и творческих способностей. Туристической привлекательности Самарской области способствует живописная природа, люди, которые живут в регионе. Данные аспекты были отмечены участниками

Таблица 4. Мнения респондентов об экологическом состоянии Волги в зависимости от мнений об уровне развития туризма в регионе (данные приведены в % по столбцам)

Суждения об экологическом состоянии Волги	По массиву	Поддерживают суждение «туризм развит»	Поддерживают суждение «туризм не развит»
Волга является предметом гордости жителей Самарской области, Поволжья	63	72	60
Берега Волги – любимое место отдыха жителей Самарского региона, туристов	52	53	53
Экологическое состояние Волги в последние годы ухудшается	52	45	63
Необходимы действенные меры по спасению Волги	48	50	51
Поддержание экологического благополучия Волги – дело государственной важности	49	43	56
Строительство промышленных объектов на Волге, на ее берегах наносит большой ущерб природе региона	39	37	44
Необходимо благоустройство берегов Волги для развития культуры и туризма в Самарской области	47	41	50
Волга объединяет жителей Самарской области, Поволжья	38	47	37
Примечание: Сумма по столбцам превышает 100%, так как респонденты отмечали суждения, с которыми согласны.			

анкетирования среди предпосылок развития туризма в Самарской области.

Проблемы регионального туризма чаще отмечают участники опроса, которые критично оценивают развитие туризма в регионе. Региональная идентичность представителей данной группы формируется на базе конструктивистской парадигмы. Образ региона в коллективном сознании данной группы чаще включает негативные аспекты: неблагоприятную экологическую обстановку, низкое качество благоустройства, низкий уровень культуры населения. Отмечены проблемные аспекты социальной сферы: возможности получения качественного медицинского обслуживания, образования. Респонденты, считающие уровень развития туризма недостаточным, чаще считают состояние экологии в регионе неблагоприятным. Их беспокоит состояние Волги, влияние на него промышленных объектов, необходимость проведения государственных программ по спасению Волги.

Результаты анкетирования дают представление об оценке населением состояния сферы туризма в регионе. Несмотря на то что на этапе подготовки к Чемпионату мира по футболу, в Самарской области произошли позитивные изменения, сфера туризма нуждается в инвестиционной поддержке, в совершенствовании налогообложения, правовой базы. Кроме экономического и правового стимулирования большое значение имеет заинтересованность населения в развитии туризма. Аргументация позиций о развитии туризма, как показал анализ ответов, зависит от уровня формирования локальной и региональной идентичности участников опроса. Мнение о том, что в Самарской области развит туризм, чаще поддерживают респонденты, которые положительно относятся к месту своего проживания. Эта пози-

ция чаще характерна для людей старше 30 лет, со стабильным материальным положением, проживающих в сельской местности. Она свойственна людям, укоренившимся в местном сообществе, которых во многом устраивает состояние туризма в качестве одной из вспомогательных отраслей социально-экономической деятельности.

Суждения о низком уровне развития туризма чаще распространены среди респондентов, которые планируют миграцию в другие регионы. Они чаще нейтрально или отрицательно относятся к месту своего проживания, поскольку их идентичность формируется на базе сравнения условий жизни в Самарском регионе с условиями в других регионах. Данная позиция по отношению к региональной идентичности соотносится с конструктивистской парадигмой. Участники опроса, объединенные в эту группу, реже выделяют положительные аспекты проживания на территории. Молодежь, жители средних и крупных городов реже согласны с тем, что туризм в Самарской области развивается на должном уровне. Вероятно, что их мнение в оценке туризма определяется более высокими стандартами уровня и качества жизни, чем существующими в регионе на сегодняшний день.

Результаты исследования показывают, что существует взаимосвязь между туристической привлекательностью региона и региональной идентичностью населения. Для развития туризма необходимо принимать во внимание не только мнения людей, укоренившихся на данной территории. Они, как правило, отражают позитивные аспекты. Критические оценки «потенциальных мигрантов» важны для понимания проблем и трудностей развития в современных условиях туризма как отрасли экономики и социально-культурной сферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Докучаев Д.С. Региональная идентичность в Ивановской области и политика конструирования образа территории: фактор туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 3. С. 76–82. DOI: 10.12737/12885
2. Ibrahim A. Regional identity of cities. *European Journal of Business, Economics and Accountancy*, 2015, vol. 3, no. 1, pp. 73–78.
3. Rykiel Z. *Territorial Identity in Sociology and Human Geography*. Territories and Identities in Central, Eastern and Southeastern Europe: Instytut Geopolityki Częstochowa, 2014, pp. 64–83.
4. Троякова Т.Г., Козинец А.И. Некоторые факторы формирования региональной идентичности на примере Сахалинской области // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2014. № 4 (31). С. 47–62.
5. Szajnowska-Wysocka A. Theories of regional and local development-abridged review. *Bulletin of geography Socio-economic Series*, 2009, no. 12, pp. 75–90. DOI: <http://dx.doi.org/10.2478/v10089-009-0005-2>
6. Макарова Г.И. Региональная идентичность в повседневном дискурсе молодых татар Татарстана // Историческая этнология. 2016. № 1. С. 53–74.
7. Лубянов А.В. Роль идентичности в формировании региональной общности // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 1 «Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология». 2014. № 1 (135). С. 123–131.
8. Лукьянова Н.А. Символический капитал власти в технологиях конструирования национальной идентичности // Уч. зап. ЗабГУ. Сер. «Философия, социология, культурология, социальная работа». 2013. № 4 (51). С. 122–127.
9. Левочкина Н.А. Региональная идентичность: понятие и сущность // Междунар. журн. прикл. и фунд. исслед. 2016. № 1. С. 446–453.
10. Raszkowski A., Głuszczyk D. *Regional creativity factors*. Towards new dimensions of regional development, The 9th International Days of Statistics and Economics, Prague, 2015, September 10–12, pp. 1385–1375.
11. Идентичность туристских дестинаций России как вызов для национальной безопасности / А.А. Понедельник [и др.] // Вестн. Прикам. соц. ин-та. 2016. № 2 (74). С. 41–46.
12. Зорин И.В., Зорина Г.В. Идентичность и туризм // Вестн. рос. междунар. Акад. туризма. 2016. № 1. С. 5–10.
13. Полякова И.Л. Механизмы реализации региональных целевых программ развития туризма в Российской Федерации (на примере Приволжского федерального округа) // Вестн. ОГУ. 2013. № 8 (157). С. 133–139.
14. Якунин В.Н., Овсянников В.П. Перспективы «Импортозамещения» в туристской индустрии // Сервис plus. 2016. № 4. С. 15–24. DOI: 10.22412/1993-7768-10-4-2
15. Ермолаева М.А. Организация государственно-частного партнерства в Самарской области // Основы ЭУП. 2013. № 3 (9). С. 21–23.
16. Кржижевский М.В. Изучение народных художественных промыслов Самарской области в целях развития туризма // Сервис plus. 2013. № 1. С. 67–70.
17. Кржижевский М.В. Этнический туризм в Самарской области: особенности и перспективы развития // Современные проблемы сервиса и туризма. 2011. № 2. С. 21–27.
18. Святоха Н.Ю., Филимонова И.Ю. Подходы к классификации этнического туризма // Вестн. ОГУ. 2014. № 6 (167). С. 179–183.

19. Морозов А.А. Национально-территориальная идентичность как фактор развития туризма в регионе: топонимика и этнофутуризм в Карелии // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. № 6 (339). С. 57–72.
20. Блажова В.А., Зарубина Е.Н., Есипова О.В. Сельский туризм как социальный бизнес // Economics. 2016. № 11 (20). С. 27–29.
21. Полянскова Н.В., Шерстобитова Г.И., Ухтверова Е.А. Анализ социально-экономического развития районных музеев в Самарской области // Науковедение. 2014. № 6 (25). С. 16. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/16EVN614.pdf> (дата обращения 25.02.2019).
22. Сибирцева Ю.А., Кильдяшова Т.А. Культурные ресурсы территории: стратегии развития // Вестн. Север. (Аркт.) фед. ун-та. Сер. «Гуманитарные и социальные науки». 2011. № 2. С. 120–124.
23. Эколого-туристический потенциал Самарской области: ресурсы растительного мира / С.В. Саксонов [и др.] // Самар. науч. вестн. 2016. № 4 (17). С. 60–65.
24. Петрова А.И. Развитие туризма и гостеприимства Самарского региона в условиях подготовки к Чемпионату мира по футболу 2018 года // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 8. С. 145–152.
25. Полякова И.Л. Механизмы реализации региональных целевых программ развития туризма в Российской Федерации (на примере Приволжского федерального округа) // Вестн. ОГУ. 2013. № 8 (157). С. 133–139.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Цветкова Ирина Викторовна – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры «История и философия». Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет». Россия, 445020, г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14. E-mail: aleksandr@kozlov@mail.ru. Тел.: +7(8482) 53-91-73.

Tsvetkova I.V.

TOURISM DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF REGIONAL IDENTITY (THE CASE OF THE SAMARA OBLAST)

Tourism development in the regions of Russia is an important area of the economy and social sphere modernization. This problem is of particular importance for the diversification of the industrial regions' economy, including the Samara Oblast. In modern research on tourism development, great importance is given to the brand of the region, its image in the media. Equally important is the local population's perception of the living conditions which is expressed in the inhabitants' regional identity. The purpose of the research is to study the problems of tourism development in conjunction with the value attitude of the population to the residence territory. The novelty of the approach is manifested in the fact that tourism is considered as an indicator of the regional identity of the population. The population's opinions about the benefits of living in the region make the prerequisites for creating the region's image which is attractive to tourists. On the other hand, the development of tourism in the region expands the availability of natural and socio-cultural heritage for both the visitors and the local population. The empirical basis of the study was the results of a questionnaire survey of the Samara Oblast's population. The research was devoted to the study of the Samara Oblast residents' opinions on regional identity. When analyzing the results, the groups of respondents depending on their opinions on tourism development were identified. The first group believes that tourism is well developed in the Samara Oblast. The second group is of the opposite opinion. An analysis of the results showed that respondents who consider tourism developed more often show a positive attitude

towards the region. They highlight the advantages of the region related to the level and quality of life, the socio-cultural development of the territory more often. The survey results show that when promoting regional tourism, it is necessary to pay attention to the formation of the population's regional identity. An insufficient level of these qualities development can adversely affect the tourist attractiveness of the region.

Tourism, assessment of socio-economic development, factors contributing to tourism development, regional identity, local identity, image of the region, information sources, values, Samara Oblast.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Tsvetkova Irina Viktorovna – Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor of the Department of History and Philosophy. Federal State Budgetary Institution of Higher Education “Togliatti State University”. 14, Belorusskaya Street, Togliatti, 445020, Russian Federation. E-mail: aleksandr@kozlov@mail.ru. Phone: +7(8482) 53-91-73.