

2. Анцупов, А. Я. Конфликтология: учебник для вузов / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2011. – 512 с.

3. Павловская, О. А. Беларусь в условиях современных трансформаций: обострение социально-моральных проблем / О.А. Павловская // Безопасность Беларуси в гуманитарной сфере: социокультурные и духовно-нравствен. проблемы; О.А. Павловская [и др.]; под ред. ОА. Павловской; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т философии. – Мн.: Беларус. наука, 2010. – С. 177–191.

4. Социологическая энциклопедия / под общ. ред. А. Н. Данилова. – Мн.: БелЭн, 2003. – 384 с.

5. Чупров, В. И. Молодежь в обществе риска / В. И. Чупров, К. Уильямс, Ю. А. Зубок. – М.: Наука, 2001. – 230 с.

## ЦЕННОСТИ КАК ФАКТОР МОТИВАЦИИ В СФЕРЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Грибов Г.М.

*Брестский государственный технический университет, г. Брест, Беларусь*

Лысюк А.И.

*Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, г. Брест, Беларусь*

Ценностное сознание – ядро духовно-культурного мира личности, оно определяет потребности и интересы человека, мотивирует его поступки, формирует стратегии, цели жизнедеятельности. Это утверждение относится к любой категории населения, в том числе и к молодому поколению. Неоднократные социологические опросы, проведенные авторами среди молодых людей, позволили выявить их жизненные приоритеты, представления юношей и девушек о наиболее важных для них ценностных факторах. Сошлемся на последние из проведенных опросов, которые были проведены в 2010-2011 годах в вузах г. Бреста. Они подтвердили ряд выявленных ранее закономерностей. Во-первых, самыми важными оказались такие ценности, как здоровье, семья, дружба, любовь и возможность самореализации. Высокий статус сохраняют материальные факторы, образование, в то же время ценности политические, правовые не занимают самых высоких позиций в сознании опрошенных студентов.

В 2011 г. исследованием были охвачены относящиеся к категории «молодежь» студенты-заочники университетов Бреста технических и гуманитарных специальностей, в ходе которого был определен рейтинг базовых ценностей опрошенных. Основные ценности респондентов расположились в следующем порядке (в порядке убывания важности): здоровье, семья, возможность потреблять чистые продукты и дышать чистым воздухом; возможность общения с друзьями, родственниками; дружба, любовь, личная свобода, гарантии прав человека, справедливость в обществе, карьера, комфортное жилье, уважение других людей; возможность реализовать свои способности, таланты; моральные нормы и принципы поведения; деньги, материальное благополучие; хорошее образование, высокий уровень знаний; общение с интересными людьми, суверенитет моего государства, секс, частная собственность, демократия в государстве; природа, ее богатства и красоты; свободное время, содержательный досуг; религия; веселая, полная развлечений жизнь; удобная, красивая одежда; национальная культура, искусство.

Исходя из основной цели представленной публикации, выделим отдельно оценки, данные респондентами ценностям, наиболее тесно связанным с экологическим туризмом.

Таблица 1

	в %			
	Очень важно	Важно	Не очень важно	Совсем не важно
Здоровье	87.8	11.6	0	0
Возможность потреблять чистые продукты и дышать чистым воздухом	62.6	34.0	2.0	0.7

Продолжение таблицы 1

Душевное спокойствие	42.9	47.6	6.8	3.4
Природа, ее богатства и красоты	27.2	53.1	18.4	0.7
Свободное время, содержательный досуг	25.2	60.5	12.2	2.0

Как показывают ответы, молодые люди достаточно высоко ценят свое физическое и психологическое здоровье, для них очень важно то, что этому здоровью благоприятствует (экологичная природная среда, возможность полноценного отдыха).

Наше исследование выявило и степень практической реализации респондентами выявленных ценностных приоритетов (см. табл. 2).

**Таблица 2**

**в %**

	Часто	Иногда	Очень редко	Никогда
Отдыхаю на природе	32.7	51.0	16.3	0
Путешествую	6.1	29.3	59.2	5.4

Экологический туризм занимает значительное место в образе жизни современного человека, его популярность неуклонно повышается. Эта особенность особенно заметна в развитых государствах, постепенно этот процесс идет и в нашей стране. Полноценный отдых в сознании все большего количества людей ассоциируется с активным времяпровождением на лоне природы, размещением не в фешенебельных отелях, а в сельских усадьбах, где можно окунуться в мир особого быта, насладиться идиллией деревенской жизни.

Какова же степень развитости такого «зеленого» сознания, популярности модели отдыха в агроэкоусадебках. Частично ответы на этот вопрос дают результаты проведенного нами опроса следующих категорий населения: жители приграничных районов Брестской области (по выборке), студенты Бреста и студенты Белостока (Польша). Все опрошенные ответили на вопрос: «Когда мы говорим об отдыхе, то с чем он ассоциируется для Вас в первую очередь?» (см. табл. 3)

**Таблица 3**

**в %**

	Жители приграничья, белорусы	Студенты-белорусы	Студенты-поляки
Солнце, море, песок	62.6	78.0	69.0
Отдых на природе «вдали от цивилизации»	43.9	42.0	34.5
Отдых дома	31.6	20.7	21.4
Посещение родственников	28.1	4.0	4.7
Санаторий	24.6	7.3	2.3
Дача	21.1	4.7	14.8
Туристические поездки по интересным местам	19.3	31.3	33.3
Поездки за границу	16.4	36.0	20.2
Сельский туризм	4.7	6.0	9.5
Активные спортивные мероприятия	4.2	31.3	25.0

Полученные результаты дают основание для следующих выводов и обобщений

1. Большинство респондентов во всех трех опрошенных группах связывают свои представления об отдыхе с теплым морем, пляжем, где можно загорать под лучами солнца. В сознании и белорусов и поляков доминирует убеждение – настоящий и полноценный отдых немислим без поездки на морское, желательно южное побережье.

2. Ответы на предыдущий вопрос (табл. 1) выявили достаточно высокий статус в сознании опрошенных ценностей природы. Поэтому не случайно на второй позиции

по важности для респондентов оказался «отдых на природе», «вдали от цивилизации». В современном урбанизированном обществе тяготение человека к естественной среде обитания вполне естественно, он понимает, что именно в этих условиях можно отдохнуть и укрепить свое здоровье.

3. Высокий статус семейных ценностей, (табл. 1) подтверждается тем, что значительная часть опрошенных предпочитают отдыхать дома, в кругу семьи. Сравнение ответов трех опрошенных групп показывает, что для студентов это характерно в меньшей степени, что объясняется их возрастом и тем, что они, за редким исключением, не состоят в браке. По этой причине у студентов не ассоциируется с отдыхом посещение родственников, в то время как среди респондентов-бrestчан таких немало (28.1%).

4. Более «взрослые» респонденты не против лечения в санаториях (24.6%), они считают для себя отдыхом времяпровождение на даче (21.1%), где горожанин приобщается к физическому труду. Среди студентов таких гораздо меньше.

5. Следует отметить, что для студенчества более привлекательными являются туристические поездки по интересным местам, заграничные в том числе. Если сравнить ответы студентов белорусов и поляков, то среди первых больше тех, кто связывает отдых с зарубежными поездками. Вероятно, это связано с тем, что поляки, как граждане Европейского Союза, обладают гораздо большими возможностями беспрепятственного посещения стран Европы и мира в целом. Значительная часть польской молодежи учится, работает за рубежом, и поездка в другую страну не всегда воспринимается как разновидность отдыха. Для белоруса выехать за границу – это престижно, тем более, что это действие сопряжено с преодолением целого ряда проблем и препятствий.

6. Сельский, или агроэкотуризм, пока не является доминирующим в образе жизни опрошенных респондентов. Сравнение ответов показывает, что среди молодых поляков интерес к этому виду отдыха более высок. Белорусские и польские студенты в значительной степени связывают отдых с активными спортивными занятиями, среди жителей Брестского региона таковых на порядок меньше.

Определив значимость различных видов и моделей отдыха на ассоциативном уровне, авторы поставили в исследовании вопрос, позволивший конкретно выявить предпочтения респондентов. Анкета, предложенная белорусским и польским студентам, содержала следующий вопрос: «Какой вид отдыха является более предпочтительным для Вас?»

Получены следующие результаты:

Таблица 4

в %

	Студенты-белорусы	Студенты-поляки
Отдых на море (в горах)	79.3	59.5
Автобусные познавательные туры	25.3	8.3
«Дикарем»	24.7	28.5
В домах отдыха, санаториях	24.0	19.0
На турбазах	21.3	11.9
На сельских усадьбах	22.0	16.6
Активные спортивные занятия	20.0	42.8
У родственников	16.0	23.8
Просто ничего не делать	16.0	35.7
Продвижение по «зеленым маршрутам»	14.7	28.5
Клубы, дискотеки	14.7	22.4
Рыбалка, сбор ягод, грибов	14.0	10.7
Шопинг	12.7	13.1

Из ответов следует, что отдых на море и в горах является явным лидером среди других распространенных его видов. При этом среди студентов-белорусов, проживающих в стране, где нет моря и гор, этот вариант выбирает большее число молодых людей, чем среди поляков, где эти природные условия имеются.

Характерно, что у белорусов на второй позиции находятся познавательные автобусные туры, которые у поляков занимают последнюю строку в рейтинге. Молодые люди в обеих странах не против т.н. «дикого» отдыха, а также пребывания в домах отдыха, санаториях. Количество тех, кто выбирает турбазы среди белорусов вдвое больше, зато в два раза больше среди поляков тех, кто ориентируется на активные спортивные занятия и продвижение по «зеленым» маршрутам. Эти маршруты (пешие, водные, велосипедные), которые прокладываются в экологически чистых районах, вдали от шумных городов и автострад, становятся все более популярными во многих странах среди самых различных категорий населения. Парадоксально, но результаты нашего исследования показали, что среди студентов-поляков значительно больше, по сравнению с белорусами, не только тех, кто тяготеет к активному экологическому, спортивному образу жизни, но и таких молодых людей, для которых отдых – это «просто ничего не делать» (35.7%).

Не так велико количество юношей и девушек (22.0% – белорусы, 16.6% – поляки), которые предпочитают отдых в сельских усадьбах. Сеть таких усадеб очень хорошо развита в Польше. К примеру, в последнем каталоге агроэкоусадб соседнего с Брестской областью Подляского воеводства содержится информация о 390 таких объектах, которые реально работают в этом секторе туризма. Что касается Брестчины, то хотя здесь количество зарегистрированных объектов сельского туризма приближается к двумстам, но реально работающих усадеб как минимум в два раза меньше.

Тем не менее, следует отметить, что за последние годы отдых в белорусской деревне становится все более популярным, хотя пока не сопоставим по уровню привлекательности с уже упоминавшейся моделью «море, горы». Проблеме агротуризма уделяют большое внимание государственные органы, общественные организации и финансовые учреждения. По полученным в нашем исследовании данным, 64.0% жителей Брестчины информированы об отдыхе на сельских усадьбах, 8.7% уже были их клиентами. Основные источники получения этой информации – это СМИ (для 52.0% белорусов), 34.0% узнали об этой возможности от родных, знакомых, 5.3% из дорожных указателей. Каждый второй опрошенный не против в будущем отдохнуть на усадьбе, и только 14.0% респондентов это отрицают.

«Чем может быть ценным и интересным отдых в сельской усадьбе?» – такой вопрос был задан в исследовании.

Получены следующие результаты:

Таблица 5

в %

	Жители приграничья, белорусы	Студенты-белорусы	Студенты-поляки
Тишина и покой	59.6	64.0	76.1
Отдых на природе «вдали от цивилизации»	57.9	73.8	70.2
Коллективный отдых (семейный, с друзьями)	35.1	34.7	39.2
Натуральные продукты	28.7	28.0	25.0
Приемлемая цена	26.8	15.3	17.8
Отдых от городской жизни	24.0	33.3	47.6
Развлечения	19.3	15.3	21.4
Лечение	15.2	8.0	7.1
Знакомство с сельской жизнью	35.3	5.3	16.6
Экзотика, романтика	3.0	18.0	22.6

Анализ полученных ответов позволяет заключить следующее:

1. Самое ценное, что рассчитывает получить отдыхающий в деревне – это контакт с природой и возможность уйти от городской суеты, провести время вместе с родными, друзьями, что косвенно подтверждает высокий статус в сознании человека ценностей семьи и дружбы.

2. Посетитель агрокоусадьбы придает большое значение своему питанию, и для него важно получить в деревне натуральную экологичную пищу, которую он не всегда может приобрести в городском магазине.

3. Определенная часть опрошенных надеется на организацию хозяевами усадеб развлекательных мероприятий, на нетрадиционное «народное» лечение.

4. Студентов, особенно польских, отдых в деревне привлекает своей экзотичностью и романтикой, равно как и приемлемой ценой за предлагаемые услуги.

В заключение отметим, что наше исследование выявило тесную связь, корреляцию между основными, базовыми ценностями опрошенных групп населения и их представлениями о видах, формах отдыха. Эта закономерность относится и к ценностям экологическим, реализацию которых обеспечивают соответствующие им виды туризма.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ В СТРУКТУРЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Григорович Е.Н., Займист Г.И.

*Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, г. Брест, Беларусь*

Задача высшего учебного заведения – сформировать и развить дефицитные сегодня качества специалиста, помочь студентам в профессиональном самоопределении. Результаты социологических исследований по проблеме ценностных ориентаций студенческой молодежи, проведенных на протяжении последних пяти лет кафедрой философии Брестского государственного университета имени А.С. Пушкина, дают возможность проследить динамику отношения студентов к избранной специальности, которая находится, по нашему мнению, в прямой зависимости от того, как расширяются их знания о своей будущей профессии. Первокурсники на начальном этапе адаптации (первые месяцы обучения) «романтично» преданы своей избранной специальности: стабильно, более 90% опрошенных, нравится избранная специальность; только 6-7% – относится к ней безразлично; не более 2% – не нравится. Однако имеется значительный разброс мнений студентов-первокурсников по отдельным специальностям: меньше всего избранная специальность нравится студентам биологического факультета (33,3%), больше всего – юридического (74,1%).

В рамках этих же исследований 63,5% (почти 2/3) опрошенных студентов второго курса считают, что не ошиблись с выбором специальности, однако на четвертом курсе лишь 38,1% студентов указали, что поступили бы на свою же специальность и в свой университет, а 41% опрошенных выбрали бы другое учебное заведение и другую специальность.

Ценностное отношение студентов к избранной специальности прослеживается и в том, насколько они связывают свою будущую работу с деловым успехом и успешной карьерой. Так, почти половина (46,2%) опрошенных к концу первого курса намерены стать профессионалами в избранной специальности и серьезно ориентированы на то, чтобы достичь делового успеха и сделать карьеру (44,7%). Второкурсники сохраняют эту корреляцию, 51,9% студентов по-прежнему мечтают достичь делового успеха и