

УДК 316.74:379.85
ББК 60.564.04
X 25

Ф.Р. Хатит,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики и социальной психологии Адыгейского государственного университета, г. Майкоп, тел.: +79649033486, e-mail: fxatit@mail.ru

Т.Н. Поддубная,

доктор педагогических наук, профессор кафедры социально-культурного сервиса и туризма Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма, г. Краснодар, тел.: +79284684358, e-mail: tpodd@mail.ru

Е.Л. Заднепровская,

кандидат экономических наук, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма, г. Краснодар, тел.: +79182407146, e-mail: ele-zadnepr@yandex.ru

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТАЛКЕР-ТУРИЗМА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

(Рецензирована)

Аннотация. Статья раскрывает основные характеристики развития сталкер-туризма среди молодежи. Цель исследования: раскрыть тенденции развития сталкер-туризма среди молодежи как популярного и перспективного направления молодежного туризма. Задачи исследования: уточнить понятие «сталкер-туризм», изучить его виды; обосновать популярность данного вида туризма среди молодежи, представить портрет его потенциального потребителя; изучить заинтересованность молодежи в сталкер-туризме на основе проведения социологического опроса. В рамках исследования применялись теоретические (подбор и анализ источников, аксиоматический метод, гипотетический метод, прогнозирование, формализация, абстрагирование, логические методы (анализ, синтез, аналогия, обобщение) и эмпирические (опрос, графические методы представления данных) научные методы. Результаты исследования: раскрыты сущность сталкер-туризма, описаны его виды; обоснована причина популярности его среди молодежи и категория его потенциальных потребителей; на основе социологического исследования изучена заинтересованность молодежи в сталкер-туризме.

Ключевые выводы: 1) сталкерство является относительно инновационной сферой туристской деятельности, поэтому далеко не каждый осознает в полной мере ее смысл; сталкер-туризм предполагает посещение заброшенных мест (иногда недостроенных) промышленного и гражданского назначения; разновидностями сталкер-туризма являются классическое сталкерство (посещение заброшенных, старых объектов); диггерство (посещение бункеров, станций-призраков метрополитена); ружинг (прогулки по крышам); постпаломничество (посещение заброшенных культовых сооружений); инфильтрация (проникновение на охраняемые военные и промышленные объекты, не рассчитанные на пребывание людей); 2) популярность сталкер-туризма среди молодежи обусловлена стремлением молодежи к получению острых ощущений, приключений, а также относительно

хорошей физической формой; 3) проведенное социологическое исследование показало относительную востребованность сталкер-туризма среди современной молодежи, стремление молодых путешественников к активному отдыху, насыщенному захватывающими событиями и приключениями, что определяет необходимость разработки и формирования предложения специализированных сталкер-туров на современном туристском рынке.

Ключевые слова: туризм, молодежь, молодежный туризм, сталкерство, сталкер-туризм, промышленный туризм.

F.R. Khatit,

Candidate of Education, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Social Psychology, Adyghe State University, Maykop, ph.: 89649033486, e-mail: tfxatit@mail.ru

T.N. Poddubnaya,

Doctor of Education, Professor of the Department of Social and Cultural Service and Tourism, Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism, Krasnodar, ph.: 89284684358, e-mail: tpodd@mail.ru

E.L. Zadneprovskaya,

Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Social and Cultural Service and Tourism, Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism, Krasnodar, ph.: 89182407146, e-mail: le-zadnepr@yandex.ru

STALKER TOURISM DEVELOPMENT TRENDS AMONG YOUNG PEOPLE IN THE CONTEXT OF SOCIOLOGICAL RESEARCH

Abstract. The article reveals the main characteristics of the development of stalker tourism among young people. The purpose of the study is to reveal the development trends of stalker tourism among young people, as a popular and promising area of youth tourism. Research objectives are to clarify the concept of “stalker tourism”, to study its types; substantiate the popularity of this type of tourism among young people, present a portrait of its potential consumer; and to study the interest of young people in stalker tourism basing on a sociological survey. The research methods included the theoretical (selection and analysis of sources, axiomatic method, hypothetical method, forecasting, formalization, abstraction, logical methods (analysis, synthesis, analogy, generalization) and empirical (survey, graphical data presentation methods) ones. As a result of research the essence of stalker tourism is revealed, its types are described; the reason for its popularity among young people and the category of its potential consumers are substantiated; Based on a sociological research, the interest of young people in stalker tourism was studied.

Key findings of the research are as follows: (1) stalking is a relatively innovative field of tourism, so not everyone is fully aware of its meaning; stalker tourism involves visiting abandoned places (sometimes unfinished) for industrial and civil purposes; Varieties of stalker tourism are classic stalking (visiting abandoned, old sites); diggerstvo (visiting bunkers, metro ghost stations); Roofing (walks on the roofs); post-pilgrimage (visiting abandoned places of worship); infiltration (penetration into protected military and industrial facilities, not designed for people to stay); (2) the popularity of stalker tourism among young people is due to the desire of young people to get thrills, adventures, as well as relatively good physical shape; (3) the sociological study showed the relative demand for stalker tourism among modern youth, the desire of young travelers for an active holiday full of exciting events and adventures, which determines the need for the development and formation of proposals for specialized stalker tours in the modern tourist market.

Keywords: tourism, youth, youth tourism, stalking, stalker tourism, industrial tourism.

В настоящее время человек пытается в максимальной степени разнообразить свой досуг, испытывая не только позитивные эмоции от природных и архитектурных пейзажей, но острые ощущения от посещения экзотических мест: заброшенных предприятий, шахт, населенных пунктов, жилых домов, городов-призраков и прочее. Креативный туризм как вид отдыха привлекает всё большее внимание людей, желающих с пользой провести своё свободное время. А.Л. Мезенцев к креативному туризму относит космический туризм, диггерство, джайлоо, нью-эйдж-туризм, а также сталкер-туризм [1]. Для развития такого вида туризма важным является наличие определенной среды (инфраструктуры), например, заброшенных мест, недостроенных промышленных объектов, мест, где произошли катастрофы, в результате чего эти места вынужденно покинули люди и пр. Посещение подобных мест промышленного и гражданского назначения называется сталкерством.

Главным потребителем услуг сталкер-туров является молодёжь, популярностью у которой также пользуются активные виды отдыха: конные прогулки, велотуризм, горный (треккинг, скалолазание, альпинизм) и водный (рафтинг, каякинг, сплав на байдарках) туризм [2]. Основная причина интереса молодежи к такому виду туризма – жажда острых ощущений и приключений. Поэтому считается, что сталкер-туризм является преимущественно молодежным направлением туризма. Отметим, что под категорией «молодежь» мы понимаем наиболее активную часть населения в возрастном формате 18-30 лет, которой интересен активный и насыщенный отдых, захватывающие приключения и познание чего-то нового. Большую часть молодых людей составляют обучающиеся колледжей и вузов, которые не обременены семейными проблемами, стремятся к активным перемещениям во время

каникул (отпуска). Многие из них видят самоцель и даже своеобразный жизненный стиль в активных интересных путешествиях. Другой особенностью туристского движения среди молодежи выступает активное использование главных каналов коммуникации – социальных сетей, в которых происходит прямое общение и обмен интересной и полезной информацией, завязывание контактов и рождение сообществ по интересам, в т.ч. и туристским [2]. Среди молодежных социальных сетей самыми популярными являются: «ВКонтакте», Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, «Одноклассники», а также мессенджеры WhatsApp, Telegram.

Для нашей страны сталкерство является относительно инновационной сферой туристской деятельности, и далеко не каждый осознает в полной мере ее смысл. Сталкер-туризм начинает набирать обороты своего развития в отечественном туристском бизнесе. Все, что есть на сегодняшний день, это большое количество городов, которые служат примером организации туристических маршрутов такого формата для сталкеров. Именно поэтому в России развитие индустриального туризма нуждается в детальной проработке. Мы разделяем мнение А.Л. Мезенцева, который видит потенциал развития промышленного туризма не только в рамках посещения традиционных действующих промышленных предприятий, но и в аспекте организации сталкер-туров, ориентированных на специфическую целевую аудиторию [1].

Обратимся к происхождению понятия «сталкер-тур». Слово «сталкер» обозначает человека, который выступает в роли проводника группы по земле, полной опасностей. Рост интереса молодежи к объектам индустриального туризма связан с появлением в сетях компьютерной игры S.T.A.L.K.E.R. Популяризация сталкерства поддерживается компьютерными играми,

произведениями современных писателей-фантастов. Местами посещения сталкеров являются заброшенные индустриальные, военные, недостроенные объекты. В современной науке термин «сталкерство» не является официально признанным, поэтому с научной точки зрения обозначенное явление относят к категории индустриального туризма. Однако в понимании и этого термина существуют разногласия. Одни ученые придерживаются точки зрения, согласно которой индустриальный туризм – это пребывание на территории бесхозных предприятий, зданий специального или производственного назначения и других, оставленных без надзора человека сооружениях с тем, чтобы удовлетворить исследовательский интерес или получить эстетическое удовольствие. Иначе говоря, люди отправляются на вышеуказанные объекты для получения положительных эмоций от простого созерцания раритетных построек [3; 4]. Другие исследователи задачу промышленного туризма видят в организации регулярных туристских туров и маршрутов на действующие или когда-то действующие промышленные предприятия [5]. Имеется и точка зрения, согласно которой сталкерство называют промышленным экотуризмом. Например, турфирмы уже давно возят посетителей в Чернобыльскую зону. При этом известны неоднозначные высказывания по этому поводу. Одни считают это надругательством над памятью тех, кто отдал свою жизнь при ликвидации самой крупной техногенной катастрофы в мире, другие видят в этих турах будущее жизни в зоне отчуждения не только в материальном, но и в культурном плане [6].

В России самыми культовыми местами паломничества сталкеров являются: «Ховринка» (Ховринская больница), «Стекляшка» (22-этажный недостроенный торговый центр), НИИ головного мозга, «Аквапарк» и «Чайка» (заброшенная

гостиница). В Украине это закрытая зона вокруг Чернобыльской АЭС [7].

Анализ незначительных разработок по исследуемой проблеме (А.В. Каменец, М.С. Кирова, И.А. Урмина, А.Л. Мезенцев), а также интернет-источников позволил обозначить следующие виды сталкерства.

Классическое сталкерство. Это посещение заброшенных, старых, не использующихся объектов. Сталкеров привлекают и жилые здания, и целые города (города-призраки), и заводы.

Диггерство, под которым понимают увлечение «подземным миром» (бункеров, станций-призраков метрополитена).

Руфинг (в переводе с английского слова «roof» – «крыша») – стремление посещать крыши городских зданий и осматривать панораму. Руферов делят на тех, кто предпочитает просто созерцать, тех, кто получает удовольствие от экстрима, и тех, кто предпочитает посещать культурные мероприятия на крышах.

Постпаломничество. Эта разновидность сталкерства означает посещение заброшенных культовых сооружений.

5. Инфильтрация – проникновение на охраняемые военные и промышленные объекты, а также зоны, не рассчитанные на пребывание людей. Считается самой экстремальной разновидностью с целью получения ударной дозы адреналина [7].

Согласно другой классификации, виды сталкерства обозначаются в зависимости от места путешествия и задачи. Например, если турист исследует метро, то его называют метротрейсер, а если гуляет по шахтам или пещерам – то это диггер [8].

Исследователи сталкер-туризма (В.Э. Горди, А.И. Гричанов) предлагают разделять базовые его понятия. Сталкерами считают людей, обладающих особой психологической и физической подготовкой, увлекающихся индустриальным туризмом,

точнее, его направлением – сталкингом. Ученые призывают не путать сталкеров с мародерами. Основной целью сталкер-туризма является посещение заброшенных мест и сохранение их первоначального вида. Они стараются даже не оставлять следов, чтобы не портить антураж [5; 6].

В целом такими видами сталкерства занята обычно молодежь, жаждущая острых ощущений. Поэтому считается, что сталкер-туризм является преимущественно молодежным направлением туризма. С целью профилактики травм при преодолении заграждений сталкер должен быть хорошо экипирован. Обычно сталкеры надевают балаклавы (лыжные шапочки с прорезями для глаз, носа и рта), камуфляжную форму, перчатки и берцы. Берцы можно заменить крепкими туристическими ботинками с плотной подошвой. Кроме того, сталкеру необходимы предметы, которые удобнее всего складывать в рюкзак. Перечень вещей сталкера: противогаз, дозиметр, нож, газоанализатор, рация, кусачки, монтировка, фонарь и аптечка. Соответственно, для разных объектов этот набор может меняться, например, в него может быть добавлена верёвка, сухпаёк, спички и другое.

В целом изучение исследований, касающихся обоснования термина «сталкинг», показало, что сталкинг является понятием относительным. Для некоторых его поклонников он превращается в основное проведение досуга. Для других иногда наступают моменты, когда подобные объекты привлекают к себе их внимание. Сегодня в обиходе производный глагол от слова «сталкер» – «сталкерить», что означает возможность каждого сталкерить в большей или меньшей степени. Например, если человек, прогуливаясь на велосипеде, решил остановиться и побродить по заброшенной животноводческой ферме или залезть на террикон, то это тоже считается проявлением сталкинга.

Согласно данным социологических исследований по изучению туристских предпочтений любителей сталкер-туризма, основной движущей силой увлечений таким видом туризма является получение новых эмоций, уход от монотонных будней [4].

С целью изучения заинтересованности молодежи в сталкер-туризме нами проведен социологический опрос в период с января по март 2020 года. Методом сбора первичной информации выступило письменное анкетирование с помощью разработанной анкеты. Анкетный опрос был проведен путем выборочного исследования мнения обучающихся Адыгейского государственного университета и Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма по очной и заочной формам обучения относительно сталкер-туризма. Возраст респондентов варьировался в диапазоне 18-30 лет. Объем выборочной совокупности составил 220 человек. По уровню образования респонденты распределились следующим образом: обучающиеся колледжа – 24,5%, обучающиеся вуза (уровень бакалавра) – 47,3%, обучающиеся вуза (уровень магистра) – 20%, обучающиеся в аспирантуре – 8,2% (рисунок 1). Результаты социологического опроса обработаны с помощью современных компьютерных технологий.

На вопрос: «Какой вид отдыха Вы предпочитаете?», практически все респонденты ответили «активный» (70%) и «экстремальный» (22,2%), остальные (3,8%) предпочитают пассивный отдых (рисунок 2).

На вопрос: «Знаете ли Вы, что такое сталкер-туризм?», 55% ответили, что знают такой вид туризма. 32,7% опрошенных слышали такое название, но не придали значения этому термину. 12,3% не знают, что это такое (рисунок 3).

Сталкер-туризм интересен для 55,9% опрошенных, никогда не пробовали заниматься сталкерством 25,5%, однако они не исключают

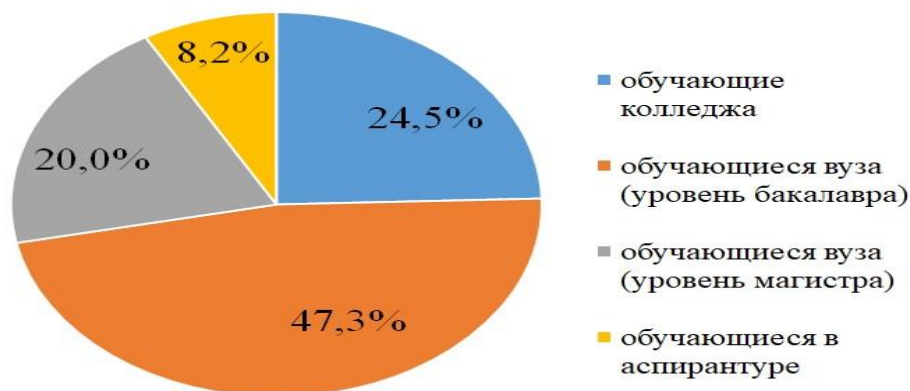


Рисунок 1. Распределение респондентов по уровню образования

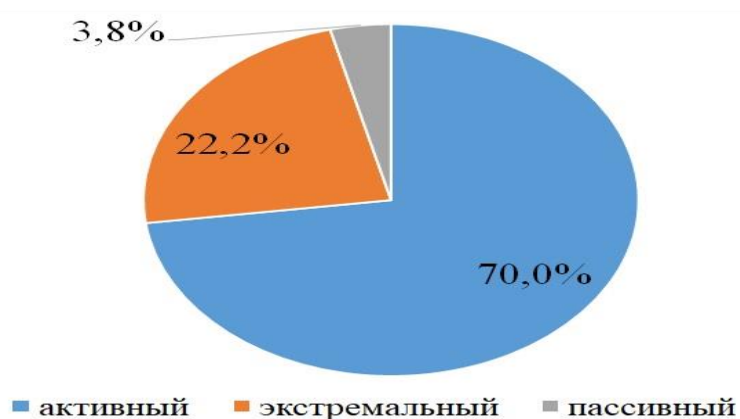


Рисунок 2. Распределение респондентов по виду предпочитаемого отдыха

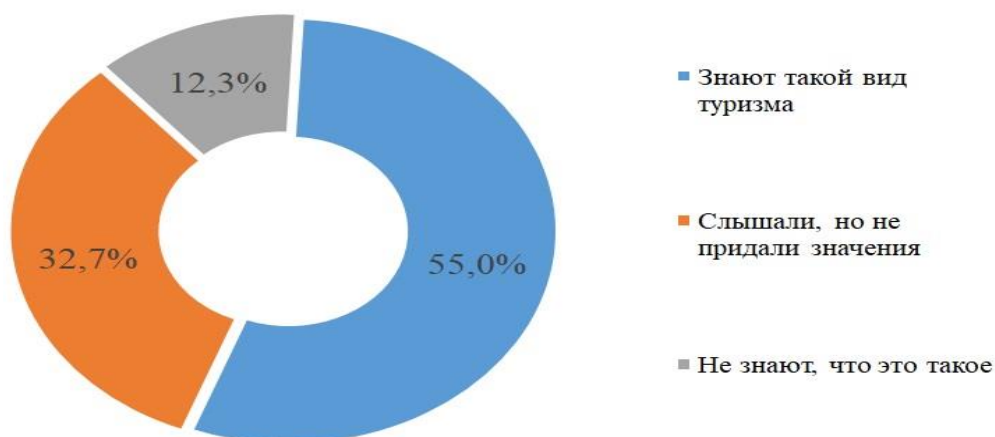


Рисунок 3. Результаты ответов на вопрос: «Знаете ли Вы, что такое сталкер-туризм?»

возникновения интереса к этому виду туризма. И лишь 18,6% респондентов не интересен этот вид туризма (рисунок 4).

56,8% респондентов хотели бы в ближайшее время отправиться

в сталкер-тур. 37,7% затрудняются ответить на этот вопрос, 5,5% абсолютно не рассматривают возможность в ближайшее время заняться этим видом туризма (рисунок 5).



Рисунок 4. Результаты ранжирования интереса респондентов к сталкер-туризму



Рисунок 5. Результаты распределения интереса респондентов к сталкер-туризму

На вопрос относительно предпочитаемых каналов приобретения туристских услуг 46,4% ответили, что обращаются в турфирмы, 38,2% предпочитают заказывать путевки самостоятельно через интернет-ресурсы, остальная часть респондентов (15,4%) не относятся принципиально ни к одному из указанных каналов приобретения туруслуг (рисунок 6).

На вопрос: «Какой фактор при выборе туристских услуг является для Вас определяющим?», большинство респондентов указали на ценовой фактор (95%) и насыщенную программу во время тура (77,3%), меньшее количество респондентов ответили, что место/направление путешествия (20,3%), компания единомышленников (29,1%). На услуги

размещения в качестве определяющего фактора указали всего лишь 14,5% (рисунок 7).

Таким образом, проведенное социологическое исследование показало относительную востребованность сталкер-туризма среди современной молодежи, стремление молодых путешественников к активному отдыху, насыщенному захватывающими событиями и приключениями, что определяет необходимость разработки и формирования предложения специализированных сталкер-туров на рынке туруслуг. Сталкер-тур для любой территории может стать маркетингово-рекламным инструментом. Несмотря на то, что доходность от такого вида туризма небольшая, однако, как полагают Т.Н. Белентьева и Я.С. Нарута, главным условием



Рисунок 6. Предпочитаемые каналы приобретения туристских услуг

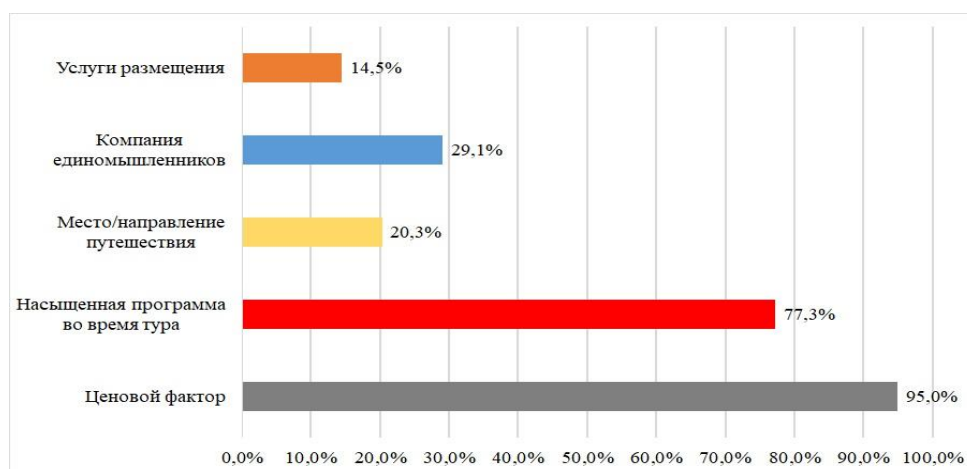


Рисунок 7. Определяющий фактор выбора туруслуг молодежью

для привлечения сталкер-туристов является насыщение посещения заброшенных мест интересными впечатлениями в сочетании с развлекательными программами, эстетическими впечатлениями и даже

обучением. Это позволяет говорить о возможных перспективах развития сталкер-туризма в нашей стране посредством продвижения такого вида туризма, формирования интереса к нему среди населения [3].

Примечания:

1. Мезенцев А.Л. Экстремально-познавательный туризм // Индустрия туризма и гостеприимства в контексте межкультурной коммуникации: материалы V Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. 80-летию ДВГУПС и 15-летию кафедры «Международные коммуникации, сервис и туризм» / под ред. В.А. Чернова. 2018. С. 149-152.
2. Коновалова Е.Е., Косарева Н.В. Развитие молодежного туризма в России // Сервис в России и за рубежом. 2016. С. 196-208.
3. Развитие индустриального туризма в России. URL <https://fb.ru/article/225522/razvitie-industrialnogo-turizma-v-rossii> (дата обращения: 05.04.2020).
4. Сталкинг – вид индустриального туризма. URL <https://h-i.su/content/stalking-vid-industrialnogo-turizma.php> (дата обращения: 05.04.2020).
5. Гордин В.Э., Матецкая М.В. Развитие креативного туризма в Санкт-Петербурге и задачи петербургских музеев // Мир экскурсий. 2011. № 2 (14). С. 39-41.

6. Гричанов А.И. Промышленный туризм как новое направление в развитии отечественного туризма // Географическая наука, туризм и образование: современные проблемы и перспективы развития: материалы IV Всерос. науч.-практ. интернет-конф. 2015. С. 162-166.

7. Индустриальный туризм или сталкерство. URL <https://ezotour.com/node/802> (дата обращения: 05.04.2020).

8. Сталкерство как вид туризма. URL http://www.pk25.ru/news/from_life/22_03_11_stalkerstvo_kak_vid_turizma.html (дата обращения: 06.04.2020).

References:

1 Mezentsev A.L. Extreme cognitive tourism // Tourism and hospitality industry in the context of intercultural communication: proceedings of the V All-Russian. scient. and pract. conf. with international participation, dedicated to the 80th anniversary of DVGUPS and the 15th anniversary of the Department of International communications, service and tourism / ed. by V.A. Chernov. 2018. P. 149-152.

2. Konovalova E.E., Kosareva N.V. Development of youth tourism in Russia // Service in Russia and abroad. 2016. P. 196-208.

3. Development of industrial tourism in Russia. URL <https://fb.ru/article/225522/razvitie-industrialnogo-turizma-v-rossii> (date of access 05.04.2020).

4. Stalking type of industrial tourism. URL <https://h-i.su/content/stalking-vid-industrialnogo-turizma.php> (date of access 05.04.2020).

5. Gordin V.E., Matetskaya M.V. Development of creative tourism in St. Petersburg and the tasks of St. Petersburg museums // World of excursions. 2011. No. 2 (14). P. 39-41.

6. Grichanov A.I. Industrial tourism as a new direction in the development of domestic tourism // Geographical science, tourism and education: modern problems and development prospects: proceedings of the IV All-Russian. scient. and pract. internet conf. 2015. P. 162-166.

7. Industrial tourism or stalking. URL <https://ezotour.com/node/802> (date of access: 05.04.2020).

8. Stalking as a type of tourism. URL http://www.pk25.ru/news/from_life/22_03_11_stalkerstvo_kak_vid_turizma.html (date of access: 06.04.2020).