

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2026-6-4>

УДК 316.77



Attribution

cc by

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

Боричевская Е.И., Терещенко Н.А.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аннотация. В представленной статье на основе контент-анализа академического дискурса исследуются социологические модели формирования аттрактивности образовательного туризма. Эмпирическую базу исследования составили 23 профильные работы, систематизированные в рамках двух концептуальных векторов: во-первых, теоретические подходы к дефиниции феномена образовательного туризма, и, во-вторых, механизмы детерминации его привлекательности. На основе проведенного теоретического обзора сформулированы рабочие гипотезы, выступающие фундаментом для последующей эмпирической верификации. Установлено, что образовательный туризм представляет собой гетерогенную социоэкономическую конструкцию, базирующуюся на конвергенции образовательных интенций и рекреационных практик субъектов мобильности. Особое внимание уделяется дискурсивному конструированию образа образовательного института, который транслируется через медиатизированные каналы коммуникации и референтные группы (социальные сети, отзывы, экспертные мнения). Резюмируется, что привлекательность данного сегмента обусловлена совокупностью факторов: типом индивидуальной мотивации, прагматическим балансом выгод и издержек, спецификой накопленного габитуса, уровнем институционального доверия и символическим капиталом образовательных дестинаций.

Ключевые слова: образовательный туризм, привлекательность, социологические модели, контент-анализ, образовательные интенции, образовательная деятельность, опыт.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

**SOCIOLOGICAL MODELS OF THE FORMATION
OF THE ATTRACTIVENESS OF EDUCATIONAL TOURISM**

Elizaveta I. Borichevskaya, Natalia A. Tereshchenko

Financial University under the Government of the Russian Federation

Abstract. In the presented article, based on the content analysis of academic discourse, sociological models of the formation of the attractiveness of educational tourism are investigated. The empirical basis of the study consisted of 23 specialized works, systematized within the framework of two conceptual vectors: firstly, theoretical approaches to the definition of the phenomenon of educational tourism, and secondly, the mechanisms of determining its attractiveness. Based on the conducted theoretical review, working hypotheses are formulated, which serve as the foundation for subsequent empirical verification. It is established that educational tourism is a heterogeneous socio-economic structure based on the convergence of educational intentions and recreational practices of subjects of mobility. Special attention is paid to the discursive construction of the image of an educational institution, which is broadcast through mediatized communication channels and reference groups (social networks, reviews, expert opinions). It is summarized that the attractiveness of this segment is determined by a combination of factors: the type of individual motivation, the pragmatic balance of benefits and costs, the specifics of accumulated habitus, the level of institutional trust and the symbolic capital of educational destinations.

Keywords: educational tourism, attractiveness, sociological models, content analysis, educational intentions, educational activities, experience.

Funding: Independent work.

Введение.

Анализ социологических моделей формирования привлекательности образовательного туризма приобретают особую значимость для изучения современных трендов глобальной академической мобильности и механизмов территориальной конкуренции за человеческий капитал.

В условиях интернационализации высшей школы данная проблематика представляет собой стратегически важное направление для совершен-

ствования экспортного потенциала национальных образовательных систем и повышения аттрактивности регионов как центров производства знаний.

Структура представленной статьи подчинена логике системного анализа и включает два аналитических блока.

Во-первых, в работе проводится критический анализ теоретико-методологических подходов и концепций, описывающих феномен образовательного туризма. Систематизация существующих взглядов

необходима для уточнения понятийно-категориального аппарата, устранения терминологической амбивалентности и выделения сущностных характеристик данного феномена как объекта социологического анализа.

Во-вторых, рассматриваются специфические модели формирования привлекательности образовательного туризма, учитывающие синергию образовательных, имиджевых и социокультурных факторов.

Настоящее исследование ставит своей целью теоретическую рефлексию, ориентированную на многомерную репрезентацию данного социального явления, и выдвижения гипотез для дальнейшего эмпирического этапа.

В связи с этим, научная новизна публикации заключается в комплексной концептуализации привлекательности образовательного туризма как многомерного социально-образовательного феномена.

В отличие от существующих подходов, характеризующихся фрагментарностью анализа – фокусирующихся преимущественно на параметрах учебных программ, индивидуальной мотивации или институциональных метриках, – в данной работе категория привлекательности рассматривается через комплекс образовательных, психологических и социокультурных детерминант. Подобный интегративный подход позволяет эксплицировать фундаментальные основания устойчивого интереса академически мобильной аудитории к конкретным дестинациям, а также расширить теоретические представления о механизмах конкурентоспособности национальных образовательных систем в условиях глобализации.

Материалы и методы.

Дизайн исследования включал проведение контент-анализа научной литературы за столетний период (1934–2024 гг.) для выявления структуры привлекательности образовательного туризма.

Источниковую базу составили публикации, индексируемые в специализированных базах данных («КиберЛенинка», eLibrary), а также зарубежные издания из фондов JSTOR, SAGE Journals и Google Books. Основной задачей анализа стала идентификация фундаментальных факторов востребованности образовательных дестинаций и реконструкция процесса трансформации его функциональных характеристик.

В результате многоступенчатого отбора для детального изучения было выделено 23 профильных работы.

Таким образом, методологический дизайн исследования базируется на стратегии индуктивного качественного контент-анализа. В соответствии с принципами качественной парадигмы, отбор и интерпретация теоретических источников осуществлялись до момента достижения концептуальной насыщенности данных, что гарантирует полноту охвата изучаемого феномена.

Особенностью данной методологии является отказ от априорного выдвижения гипотез: исследова-

тельские предположения не предшествуют анализу, а эксплицируются непосредственно из эмпирического материала.

Полученные результаты послужили основой для генерации рабочих гипотез, подлежащих последующей верификации в рамках количественного этапа – массового опроса студентов, проживающих в жилой инфраструктуре вуза (общежитиях). В заключении работы формулируются рабочие гипотезы, выступающие фундаментом для дальнейшей эмпирической апробации.

Научные подходы, описывающие феномен образовательного туризма. В современном академическом дискурсе концептуализация «образовательного туризма» характеризуется значительной широтой интерпретаций: от узкоспециализированных форм академической мобильности до инновационных моделей образовательной деятельности. Данному феномену присущ сущностный дуализм, проявляющийся в синергии когнитивных процессов и рекреационных практик в рамках инокультурного пространства.

Важной характеристикой образовательного туризма выступает специфический статус его субъектов: не вовлекаясь в возмездную трудовую деятельность на территории дестинации, участники программ одновременно выступают значимыми экономическими агентами. Их потребительская активность в секторах гостеприимства, транспорта и инфраструктурных услуг обеспечивает существенный вклад в социально-экономическое развитие принимающих территории [1].

Для более фундаментального осмысления данного феномена необходимо проанализировать сложившийся зарубежный социологический дискурс, в рамках которого исследуются как сущностные характеристики рассматриваемого явления, так и его специфические структурные компоненты.

Британский социолог, создатель теории мобильности Дж. Урри, рассматривает туризм как вид досуговой активности, возникшей под влиянием индустриализации и урбанизации и противоположной организованному и регламентированному труду. Туристический опыт подразумевает временное перемещение в другие локации при обязательном возвращении «домой». Главным мотивом этих перемещений является поиск удовольствия и стремление к новым интенсивным впечатлениям, отличным от повседневности.

Урри определяет туризм как неотъемлемую часть современной культуры, опираясь на концепцию «туристического взгляда» (tourist gaze) [2], согласно которой туристический опыт формируется через различие между повседневной реальностью и тем, что воспринимается как необычное и заслуживающее особое внимание. При этом, как отмечает Урри, туризм выполняет не только рекреационную функцию, но и служит средством познания культуры. Исторически образовательная роль путешествий проявлялась в практике гранд-туров элиты, тогда как в современном

обществе туризм все чаще объединяет досуг и обучение, становясь массовой практикой.

Израильский социолог Эрик Коэн является одним из основоположников социологии туризма и характеризует туризм как форму временной мобильности лиц, перемещающихся вне постоянных мест жительства преимущественно по нематериальным мотивам – ради отдыха, получения новых впечатлений, религиозных целей или образования [3]. Особое место в ряду теоретических концепций занимает трактовка туризма как канала диффузии инноваций и трансляции культурных кодов, опосредованного коммуникацией между субъектами мобильности и населением принимающей территории.

Коэн подчеркивает, что исторически одной из главных функций путешествий было распространение новых знаний и практик [4]. Туристы, совершающие поездки в учебных целях, по Э. Коэну, участвуют в развитии социально-экономических связей в принимающем обществе, а также способствуют трансформации локальной стратификации, создавая новые возможности для населения.

Американский антрополог Дин Макканелл рассматривает туризм как комплексную социальную практику, включающую потребление культурных и природных ресурсов. В его концепции образование является составной частью туристического опыта наряду с рекреацией, получением впечатлений и культурным обменом. Академические поездки, включая посещение университетов и научных учреждений, выступают не только средством приобретения знаний, но и формой досуга и удовлетворения личных интересов.

По мнению Д. Макканелла, туризм и образование взаимосвязаны через стремление к новому опыту, расширению кругозора и социальной интеграции участников [5].

Британский социолог и теоретик постмодерна Зигмунт Бауман интерпретирует туризм как релевантный индикатор социального неравенства. С его точки зрения, данный феномен наиболее отчетливо проявляет дихотомию между различными слоями общества, основываясь на степени их свободы в доступе к ресурсам и реализации права на глобальную мобильность.

Бауман противопоставляет туристическую деятельность «бродяжничеству», подчеркивая, что туризм является осознанным выбором, доступным преимущественно привилегированным группам общества, тогда как «бродяга» лишен контроля над перемещениями и сталкивается с неопределенностью и риском, что делает его маргинализированным субъектом [6].

Согласно З. Бауману, туризм выступает одной из доминирующих форм потребления в современном обществе, характеризующейся высокой степенью автономии субъекта в выборе направлений и способов освоения ресурсов. Путешествие в данной парадигме рассматривается как процесс целенаправ-

ленной аккумуляции впечатлений, превращающий мобильность в маркер социального статуса и ключевое средство удовлетворения перманентного стремления к обновлению жизненного опыта.

Следовательно, образовательный туризм может рассматриваться как специфическая форма современного потребления, отражающая социальное и культурное неравенство.

Напротив, в отечественной социологической мысли данный феномен концептуализируется как автономная форма социальной практики, обладающая значительным потенциалом для развития ключевых компетенций, интенсификации социальной мобильности студенческой молодежи и синергического объединения образовательных программ с практико-ориентированным культурным контекстом.

Кусерова А.И. и Сарайкина С.В. рассматривают образовательный туризм как значимый инструмент устойчивого развития, подчеркивая его роль в экономической, социокультурной и экологической устойчивости общества. Они указывают на важность использования образовательного туризма для повышения устойчивости региональной и национальной экономики [7].

Эффективная реализация потенциала образовательного туризма требует использования полипарадигмального подхода, инкорпорирования в структуру институциональной педагогической поддержки и обеспечения инклюзивности для различных социально-демографических и квалификационных сегментов общества.

Шульгина О.В. акцентирует внимание на роли образовательного туризма в культурной интеграции и социализации молодежи, делая акцент на его значимости для развития гибких навыков, профориентации и личностного роста [8].

В свою очередь, Авагян А.А. отмечает, что образовательный туризм способствует сближению образования и культуры, формированию практических и межкультурных компетенций у молодежи, а также развитию региональных образовательных и научных программ [9].

Образовательный туризм, по Климовой Т.Б., характеризуется как сегмент академической мобильности, включающий краткосрочные перемещения для языкового обучения, профессиональной подготовки и культурного обогащения, с акцентом на временный характер и экономическую пользу для принимающих стран [10].

Согласно оценкам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), глобальный рынок этого туризма демонстрирует ежегодный прирост 13%, с доминированием азиатских студентов (57% от общего потока) и прогнозируемым объемом 974,7 млрд долларов США к 2030 году, где Россия занимает 4-е место по количеству иностранных студентов (свыше 300 тыс. в 2022 году).

Климова Т.Б. отмечает методологические трудности оценки объемов образовательного туризма

в России, поскольку статистика образования ограничивается данными о иностранных студентах по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в вузах и научных организациях. Указанные данные несоизмеримы с информацией миграционной службы по целям посещения страны, включая образовательные, а открытые источники лишены сведений о краткосрочной мобильности. Кроме того, статистика туризма не учитывает внутренние перемещения в образовательных целях в пределах национальных границ. Климова указывает на необходимость дальнейших исследований и развития научного подхода к изучению данного рынка с целью получения более комплексной и достоверной информации о его масштабах и структурах.

Резюмируя изложенное, следует констатировать, что образовательный туризм выступает в качестве гетерогенного социоэкономического феномена, базирующегося на конвергенции образовательных интенций и рекреационных практик субъектов мобильности. Являясь катализатором накопления человеческого капитала и социокультурной интеграции молодежи, данный вид активности одновременно манифестирует существующую стратификационную асимметрию в доступе к интеллектуальным ресурсам. В то же время, он институционализируется как значимый драйвер развития региональных экосистем и образовательных институтов.

Перспективы дальнейших изысканий связаны с необходимостью концептуализации моделей аттрактивности образовательного туризма, что позволит эксплицировать ключевые предикторы выбора направлений и механизмы повышения вовлеченности участников.

Модели формирования привлекательности образовательного туризма. На основании рассмотренных концепций целесообразно выделить модели формирования привлекательности образовательного туризма.

Теория социального действия, разработанная немецким социологом Максом Вебером, акцентирует

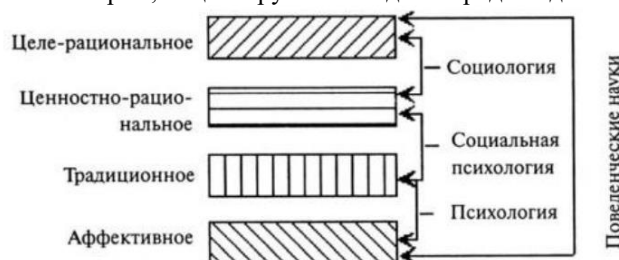


Рисунок 1 – Типология социального действия М. Вебера.

(Кравченко А.И. Социология: Общий курс: Учебное пособие для вузов. - Москва: М.: ПЕРСЭ; Логос, 2002. - 640 с.)

Целерациональный тип действия в сфере образовательного туризма демонстрирует прагматичную ориентацию индивида на максимизацию выгоды от мобильности. Субъект осуществляет выбор направления, программы и формата поездки, исходя из оценки их потенциала в достижении личных, академических и профессиональных целей. Такая рациональность

проявляется в активном управлении процессом: от планирования участия в образовательных и культурных мероприятиях до целенаправленного формирования сети профессиональных контактов.

Основными драйверами выбора в данном случае служат:

- программная релевантность;

внимание на мотивации и значении индивидуальных действий в контексте социальных взаимодействий.

В противовес этому, теория социального обмена, представленная американскими социологами Джорджем Хомансом и Питом Блау, исследует динамику взаимных выгод, подчеркивая экономические аспекты отношений между индивидами в обществе.

Теория доверия польского социолога Питера Штомпки акцентирует важность доверительных отношений в социальных системах, а концепция габитуса и социального капитала французского социолога Пьера Бурдьё раскрывает влияние культурных и социальных факторов на выбор образовательных маршрутов.

В рамках мультипарадигмального подхода концепция американского социолога Толкотта Парсонса раскрывает институциональные детерминанты воспроизводства социального порядка, тогда как интеракционистская теория Джорджа Мида апеллирует к процессам формирования интересубъективных значений, опосредованных символическим обменом на уровне межличностной коммуникации.

Рассмотренные парадигмальные основания служат методологическим фундаментом для создания многоуровневых моделей, отражающих детерминанты аттрактивности образовательного туризма как сложного социального конструкта.

Теория социального действия М. Вебера. Согласно методологии М. Вебера, социальное действие определяется как осмысленное поведение индивида, ориентированное на других акторов, обладающее субъективным значением и целевой направленностью [11]. Применяемая в исследовании теоретическая рамка базируется на типологии социального действия М. Вебера, из которой для анализа выбраны целерациональный и ценностно-рациональный типы (рисунок 1). Традиционное и аффективное действие, согласно веберовской концепции, находятся на периферии социологической парадигмы (аффективное – в пограничной зоне с социальной психологией) и не входят в предмет данного исследования.

- качество образования и его эквивалентность на международном уровне;
- возможности для расширения социального капитала через профессиональный нетворкинг;
- приобретение уникальных знаний и компетенций;
- карьерные перспективы, в том числе международное трудоустройство;
- языковая компетенция;
- усиление конкурентных преимуществ на рынке труда через получение зарубежного опыта.

Ценностно-рациональное действие, в контексте образовательного туризма, проявляется в выборе, обусловленном стремлением индивида следовать своим внутренним убеждениям, идеалам и жизненным установкам.

В данном случае, ключевыми детерминантами выступают:

- стремление к самоактуализации и перманентному личностному развитию;
- глубокий интерес к иным культурным парадигмам;
- потребность в академическом авторитете, в том числе через обучение в университетах с высоким международным рейтингом;

- стремление к получению эксклюзивного, трансформирующего жизненного опыта.

Концепция габитуса и социального капитала П. Бурдьё. В рамках теории П. Бурдьё габитус (Habitus) является фундаментальным конструктом, представляющим собой систему диспозиций, определяющих перцептивные и практические схемы индивидов. Этот интериоризированный механизм структурирует поле возможностей, формируя у агентов представления о пределах их притязаний и доступных траекторий, тем самым выступая в роли фильтра, селекционирующего их социальное поведение [12].

При выборе образовательной поездки габитус может формировать системы предпочтений индивида. Он «направляет» внимание на программы, соответствующие не только объективным ресурсам человека, но и его субъективным представлениям о «подходящем» для него образовательном опыте. Процесс выбора оказывается не столько осознанным расчетом, сколько следствием глубоко усвоенных диспозиций, определяющих, какие образовательные траектории воспринимаются как реально осуществимые.

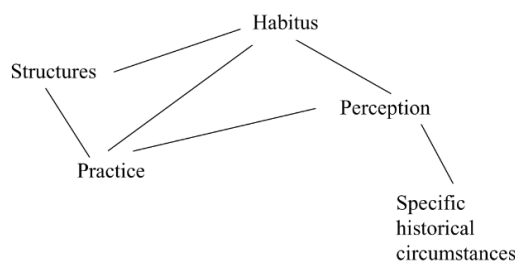


Рисунок 2 – Структура габитуса.

(Richard Harker An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu. The Practice of Theory. - New York, - 1990. - 262 с. (101 с.))

Габитус непосредственно коррелирует с когнитивно-перцептивной сферой индивида, детерминированной его жизненным опытом (рисунок 2). Социальное окружение, в котором функционирует индивид, транслирует и интериоризирует в его габитус специфические нормативно-ценностные ориентиры и поведенческие модели. Это обеспечивает принцип исторической преемственности, при котором прошлый опыт активно влияет на настоящее и проецируется на будущее.

Следовательно, происходит закрепление групповых моделей реагирования, что способствует перманентному усилению и репродуцированию габитуса.

Различия в габитусе обуславливают вариативность индивидуального восприятия ключевых аспектов образовательного туризма. Находясь в сходных условиях обучения и пребывания, студенты по-разному интерпретируют и переживают данный опыт: для одних он становится ресурсом личностного и профессионального развития, для других - источником трудностей социальной адаптации и эмоционального напряжения.

Габитус выступает значимым внутренним фактором, влияющим на восприятие привлекательности образовательного тура, определяя степень открытости к новой культурной среде, готовность к адаптации и оценку образовательного опыта.

Студенты, ориентированные на получение нового опыта и межкультурное взаимодействие, воспринимают образовательный туризм преимущественно как возможность развития, тогда как обучающиеся с выраженной ориентацией на стабильность и снижение рисков придают большее значение факторам социальной поддержки, институциональной определенности и предсказуемости условий пребывания.

Таким образом, привлекательность образовательного туризма во многом определяется степенью соответствия ценностных установок, ожиданий и предшествующего опыта студентов культурной и образовательной среде принимающей страны.

Теория социального обмена Дж. Хоманса и П. Блау определяет успех взаимодействия людей друг с другом посредством взаимно приобретенной выгоды. Под «выгодой» подразумеваются как материальные, так и нематериальные блага (знаки уважения, положительные эмоции, признание и др.) [13].

Теория социального обмена рассматривает индивида как рационального актора, стремящегося к извлечению максимальной выгоды при минимальных затратах ресурсов в процессе коммуникации [14]. Социальное поведение в данной трактовке обусловлено накопленным опытом одобрения или порицания со стороны общества. Соблюдение правил эквивалентного обмена и получение ожидаемых предпочтений формирует у индивида восприятие социального порядка как справедливого, тогда как дисбаланс в отношениях обмена становится источником социальной неудовлетворенности и негативных эмоций.

В контексте привлекательности образовательного туризма, индивиды стремятся максимизировать выгоды и минимизировать издержки при выборе образовательной траектории.

В данном случае, под нематериальными выгодами подразумевается совокупность возможностей – от профессионального роста и повышения конкурентоспособности на рынке труда до укрепления социальных связей.

Материальные выгоды связаны с получением стипендий или грантов, снижением затрат на обучение, доступ к материально-техническим ресурсам (лаборатории, оборудование, библиотеки и др.), предоставлением места для проживания и покрытием иных расходов.

Резюмируя изложенное, решение индивида о вовлечении в образовательный туризм может быть концептуализировано как форма рационального социального обмена. В рамках данной перспективы, студент, выступая рациональным актором, проводит комплексную оценку ожидаемых предпочтений от участия (приобретение знаний, повышение статуса, расширение социального капитала, социокультурная адаптация) относительно понесенных издержек (финансовые затраты, временные инвестиции, психологическая нагрузка, адаптационные усилия).

При восприятии баланса между рецепированными выгодами и осуществленными вложениями как справедливого, участие в образовательном туризме позиционируется как аттрактивное и легитимное. Несоответствие между предвосхищаемыми результатами и фактической отдачей может детерминировать снижение удовлетворенности и ревизию ценности данного опыта.

Следовательно, аттрактивность образовательного туризма детерминирована динамическим равновесием между ожиданиями, инвестициями и реальными выгодами, формируя тем самым основу для поведенческих стратегий субъекта.

Теория доверия П. Штомпки. Штомпка понимает «доверие как ставку в отношении будущих непредвиденных действий других». Исходя из данного определения, доверие предполагает два основных компонента: определенные ожидания (как поступит другой в будущей ситуации); и убежденность, уверенность в действии другого (ставка) [15].

В социологической парадигме П. Штомпки категория доверия находится в диалектическом отношении к категории риска. Акты доверия подразумевают готовность к действию, минимизируя предполагаемую вероятность неблагоприятных последствий. Риск же, понимаемый как потенциал девиации от ожидаемых сценариев, в случае их нарушения может инициировать у индивида спектр негативных аффективных состояний. Таким образом, нарушение экспектационных схем, лежащих в основе доверия, ведет к ощущению риска и возникновению негативных эмоций.

Он выделяет разновидности доверия: личное доверие к индивидам, категориальное доверие (пол, раса, возраст, религия), позиционное (доверие определенным социальным ролям, доверие другу, доктору), групповое (футбольная команда для фанатов), институциональное (школа, университет), процедурное доверие (доверие науке, демократии), коммерческое (продукция определенной страны-производителя), системное (политический режим)

Также, в рамках данной теории, Штомпка предлагает три уровня доверия:

- доверие как характеристика отношений (доверие в данном измерении – это набор ставок на каждого из партнеров, который гарантирует сотрудничество);

- доверие как личностная черта («доверчивость» или «недоверчивость» являются чертами характера);

- доверие как культурный аспект (некоторые роли считаются «доверяющими», а субъекты, которые исполняют данные роли, должны оказывать доверие).

В случае образовательного туризма, доверие выступает важным фактором его привлекательности. Студенты и их семьи принимают решение о получении образования за рубежом, исходя из степени их доверия к принимающей стране, государственной системе, культурной среде и учебному заведению.

Для дальнейшего изучения факторов формирования привлекательности образовательного туризма предлагается рассмотреть следующие разновидности и уровни доверия: институциональное и системное, а также доверие как характеристику отношений.

Институциональное доверие является важным фактором, который играет роль в принятии решения о поступлении на образовательную программу. Оно формируется на основе репутации образовательных учреждений, прозрачности их деятельности, международном признании дипломов, качестве преподавания и соблюдения академических стандартов. Соответственно, данные подфакторы могут влиять на выбор индивида.

Концепция системного доверия играет критическую роль в формировании привлекательности образовательного туризма. Оценка потенциальной образовательной поездки со стороны студентов и их референтных групп выходит за рамки микроуровня конкретного предложения и распространяется на макро-

социальный контекст. Институциональное доверие подразумевает оценку стабильности и предсказуемости страны и ее политической системы. Формирование такого доверия опосредовано рядом структурных предикторов, к которым относятся: историческая стабильность, четкость нормативно-правового регулирования, устойчивость социального порядка, соблюдение принципов правового государства и эффективное обеспечение прав и свобод граждан [16]. Рассматривая доверие как характеристику отношений, мы говорим о взаимодействии между субъектами – студентами, образовательными организациями, посредниками, оказывающими организационные услуги.

Формирование доверия в образовательном туризме напрямую связано с качеством коммуникации, прозрачностью процедур и соблюдением взаимных обязательств. Студент, выбирая страну или город, и образовательную программу, основывает свое решение на ожидании честного обмена: он вкладывает свои ресурсы, как материальные, так и нематериальные, в надежде получить качественную образовательную услугу, ценный опыт, помощь с адаптацией взамен.

Несоответствие заявленных условий фактическому опыту приводит к подрыву доверия и, как следствие, снижению интереса к участию в образовательных туристических программах. Напротив, добросовестное выполнение образовательной организацией договорных обязательств способствует формированию устойчивого доверия как к самому институту, так и к принимающей территории в целом.

Теория структурного функционализма Т. Парсонса [17] позволяет рассматривать образовательный туризм как сложную социальную систему, функционирующую в соответствии с универсальными принципами социальной организации. В рамках структурно-функционального подхода Т. Парсонса, любая социальная система реализует четыре ключевые функции (AGIL): адаптацию, целедостижение, интеграцию и латентность. Применение модели AGIL к анализу образовательного туризма позволяет выявить факторы его привлекательности.

Адаптация проявляется в способности системы реагировать на изменения внешней среды, включая запросы обучающихся, цифровизацию образовательных процессов и международную конкуренцию.

В этом контексте, значимыми факторами привлекательности выступают соответствие программ международным стандартам и развитие цифровых сервисов, повышающих доступность и удобство участия.

Целедостижение выражается в наличии четко сформулированных и институционально поддержанных целей образовательных программ (получение квалификации, языковая подготовка, профессиональный опыт), что повышает их прозрачность и привлекательность для потенциальных участников.

Интеграция связана с формированием устойчивых связей между субъектами образовательного

процесса и развитием академического сообщества, включая международное сотрудничество и системы поддержки обучающихся, что усиливает вовлеченность и интерес к программам.

Латентная функция (поддержание культурного образца) реализуется через трансляцию ценностей образовательного пространства, таких как академическая честность, толерантность и престиж образования, формируя символическую значимость образовательного туризма.

Сбалансированная реализация указанных функций обеспечивает устойчивость системы образовательного туризма и формирует её восприятие как надёжной и привлекательной. Нарушение функционального равновесия, напротив, снижает уровень доверия и общую привлекательность образовательных программ.

Теория символического интеракционизма Дж. Мида рассматривает социальную реальность как продукт интерпретации субъектом значимости объектов и явлений. Объекты, сами по себе, не обладают фиксированным смыслом — личность придает им значения в зависимости от конкретной ситуации и взаимодействия с другими. Социальное «Я» индивида формируется через непрерывный диалог с «обобщенным Другим», в ходе которого наблюдаются, осмысливаются и учитываются намерения других участников взаимодействия [18].

Интеракционное взаимодействие акторов реализуется посредством символического обмена, где значение символов конструируется самими участниками процесса. Символы, в данной парадигме, являются не априорными данностями, а эмерджентным продуктом интересубъективного социального взаимодействия [19].

Согласно теории Мида, привлекательность образовательного тура формируется через процесс социального взаимодействия и интерпретации опыта участниками. Индивиды не воспринимают поездку как набор объективных характеристик, а придают ей значения в зависимости от личных ожиданий, социального контекста и коммуникации с другими. Поездка может удовлетворять потребность в самореализации, предоставлять уникальный опыт и способствовать подтверждению социального статуса («I» и «Me» по Миду).

Символическая интерпретация объектов и мест является значимым фактором в формировании привлекательности образовательного тура. Многие образовательные объекты (университеты, лаборатории) и места (страны, города) наделены особым символическим смыслом, который конструировался на протяжении многих лет. Для некоторых участников такие символические значения могут приобретать важное значение при выборе программы. Например, признанные университеты мира ассоциируются в общественном сознании с престижем, успехом и особыми академическими традициями [20]. Такие ассоциации, которые могут варьироваться в зависимости от

объекта, создают мощный символический капитал, который становится значимым субъективным фактором [21].

Эмоционально-аффективное восприятие образовательной поездки представляет собой комплекс переживаний и настроений, испытываемых участником на пре- и пост-туристических этапах. Субъективные эмоциональные реакции имеют критическое значение для формирования холистической оценки программы и долгосрочной лояльности. Позитивные эмоциональные импресии выступают ключевым драйвером для формирования рекомендаций и стимулируют рекуррентное участие в аналогичных образовательных продуктах [22].

Нарратив вокруг образовательного института также влияет на привлекательность предлагаемых им услуг. Он конструируется через различные каналы коммуникации. Здесь важными факторами могут являться мнения окружающих, близких, отзывы в Интернет-пространстве. В условиях неосязаемости образовательной услуги эти социальные сигналы становятся для потребителя ключевыми индикаторами качества, наряду с такими объективными маркерами как бренд учебного заведения и его позиции в рейтингах [23].

Обсуждение.

Анализ научной литературы позволил выделить ключевые векторы для дальнейшего социологического исследования и сформулировать эмпирически проверяемые гипотезы (предположения). Полученные теоретические результаты легли в основу определения структуры исследования и послужили основанием для построения моделей, отражающих взаимосвязь изучаемых явлений.

В частности, предполагается, что привлекательность образовательного туризма обусловлена совокупностью мотивационных, экономических, социокультурных и институциональных факторов: типом индивидуальной мотивации, воспринимаемым балансом выгод и издержек, особенностями предшествующего опыта и габитуса, уровнем институционального и системного доверия, а также символической интерпретацией образовательных дестинаций.

В связи с этим, дизайн эмпирического инструментария может опираться на систему аналитических доменов, позволяющих комплексно верифицировать предмет исследования. В структуру методики стоит интегрировать следующие модули:

- иерархия интенциональных установок субъектов;
- компаративный анализ ожидаемых предпочтений и ресурсных затрат в рамках образовательной миграции;
- ретроспективный обзор накопленного социокультурного и академического капитала;
- измерение институционального доверия к принимающей стороне, а также интерпретация символического капитала и аттрактивности выбранных дестинаций.

Рекомендуется реализация исследовательской программы в рамках методологической триангуляции, предполагающей сочетание качественного анализа (глубинные интервью) и количественной оценки (массовый анкетный опрос) изучаемого феномена.

Следует отметить методологическую преемственность данного цикла работ: ранее авторами были представлены результаты качественного исследования, в фокусе которого находилась взаимосвязь жилищно-бытовой инфраструктуры вуза и параметров психологического комфорта обучающихся [24]. Важно подчеркнуть, что гайд глубинного полуструктурированного интервью для указанного исследования конструировался с опорой на вышеописанные теоретические подходы (социально-психологический, институциональный и ценностный). Ряд гипотез, заложенных в структуру того инструментария, позволил глубже интерпретировать влияние институциональной среды на социальное самочувствие студентов, что послужило отправной точкой для разработки текущей модели привлекательности образовательных дестинаций.

Заключение.

Подводя итоги работы, следует выделить два ключевых теоретико-эмпирических контура.

Первый касается специфики концептуализации образовательного туризма: если в западной традиции акцент смещен в сторону анализа туризма как индикатора неравенства и комплексной практики потребления, то в отечественной мысли доминирует аксиологический подход, рассматривающий туризм как инструмент культурной адаптации и социализации.

Второй контур связан с механизмами формирования привлекательности дестинаций. Установлено, что аффективное восприятие участника, охватывающее весь цикл поездки, является фундаментом для выстраивания лояльности к образовательному продукту. Именно эмоциональный отклик определяет итоговую целостную оценку опыта и его трансляцию в социальном пространстве через систему отзывов.

Таким образом, создание положительного эмоционального фона становится стратегическим условием для обеспечения воспроизводства образовательной мобильности и привлечения новых участников через каналы межличностной коммуникации.

Результаты теоретического анализа, проведенного в рамках двух выделенных контуров, позволили эксплицировать комплекс исследовательских гипотез, подлежащих дальнейшей эмпирической верификации посредством инструментария прикладной социологии.

В основу будущей аналитической модели положено допущение о том, что аттрактивность образовательного туризма детерминируется многомерной интерференцией факторов, которые могут быть структурированы следующим образом.

1. Мотивационно-психологический вектор: предполагается, что привлекательность программ

напрямую зависит от конфигурации индивидуальных интенций субъекта (доминирование образовательного целеполагания над рекреационным или наоборот).

2. Рационально-экономический вектор: аттрактивность дестинации определяется субъективным балансом воспринимаемых предпочтений (накопление человеческого капитала) и ресурсных издержек (финансовых, временных, эмоциональных).

3. Социокультурный и диспозиционный вектор: гипотетически, выбор образовательного маршрута обусловлен структурой накопленного габитуса и предшествующим социальным опытом индивида, формирующим специфические горизонты ожиданий.

4. Институционально-регулятивный вектор: уровень востребованности программы коррелирует с кредитом системного доверия к принимающей институции, её легитимности и способности обеспе-

чить безопасную и качественную академическую среду.

5. Символический вектор: предполагается, что значимым драйвером выступает имиджевая репрезентация дестинации, её символический статус в глобальном или локальном образовательном пространстве.

Так, аттрактивность образовательного туризма предстает не как статичная характеристика, а как динамический результат взаимодействия личностных диспозиций, прагматических расчетов и институционального контекста.

Представленные гипотезы формируют концептуальный фундамент для предстоящего полевого этапа исследования, направленного на выявление наиболее значимых переменных в процессе принятия решения об образовательной мобильности.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Андреева В. Л. Аналитический обзор понятия "образовательный туризм" // Труды БГТУ. Серия 1: Лесное хозяйство, природопользование и переработка возобновляемых ресурсов. 2023. №2 (270). Текст : электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiticheskiy-obzor-ponyatiya-obrazovatelnyy-turizm> (дата обращения: 24.04.2026). DOI: 10.52065/2519-402X-2023-270-2-13 EDN: GWPZ XU
2. Urry J. *The Tourist Gaze*. 2nd ed. L.: SAGE Publications, 2002. 171 p.
3. Cohen E. *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings* // *Annual Review of Sociology*. 1984. № 10. P. 373-392.
4. Cohen E. *Rethinking the Sociology of Tourism* // *Social Research*. 1972. №. 39. P. 164-182.
5. MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley; Los Angeles; L.: University of California Press, 1999. P. 31-34.
6. Бауман З. *Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. М.: Издательство "Весь Мир", 2004. 188 с.*
7. Кусерова А.И., Сарайкина С.В. *Социальный туризм в России: проектный подход в реализации // Сервис в России и за рубежом*. 2024. №2 (111). Текст : электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-turizm-v-rossii-proektnyy-podhod-v-realizatsii> (дата обращения: 24.04.2026). DOI: 10.5281/zenodo.12605813 EDN: HTCMRM
8. Шульгина О.В. *Образовательный туризм как одно из перспективных направлений развития внутреннего туризма в России // ЭСПР*. 2023. №4 (56). Текст : электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnyy-turizm-kak-odno-iz-perspektivnyh-napravleniy-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii> (дата обращения: 24.04.2026). DOI: 10.31249/espr/2023/04.15 EDN: LURTCR
9. Авагян А. А. *Образовательный туризм в России: современное состояние и перспективы развития // Сервис +*. 2019. №3. Текст : электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnyy-turizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 24.04.2026). DOI: 10.24411/2413-693X-2019-10303 EDN: HOMZII
10. Климова Т. Б. *Международный рынок образовательного туризма в оценках ОЭСР и ЕС // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2024. №2. Текст : электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-rynok-obrazovatel'nogo-turizma-v-otsenkah-oesr-i-es> (дата обращения: 24.04.2026). DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-2-0-1 EDN: NWHQYN
11. Вебер М. *Избранные произведения: Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. М.: Прогресс, 1990. 808 с. ISBN: 5-01-001584-6 EDN: SGUYOR*
12. Пьер Бурдьё *Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. 288 с.*
13. Шульгина, Т. А. *Современные подходы реализации теории социального обмена / Т. А. Шульгина // Коллекция гуманитарных исследований*. - 2022. - № 1(30). - С. 6-11. DOI: 10.21626/j-chr/2022-1(30)/1 EDN: CZQQGS
14. Хоманс Дж. *Социальное поведение как обмен // Современная зарубежная социальная психология. / Под ред. В.И. Добренкова. М., 1984. 212 с.*
15. П. Штомпка. *Доверие - основа общества. Пер. с пол. Н.В. Морозовой. М.: Логос, 2012. 440 с. ISBN: 978-5-98704-495-7 EDN: QONPXD*
16. *Социология. Анализ современного общества: Пер. с польск. См. Червонной. М.: Логос, 2005. 336 с.*

17. Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева. Под ред. М.С. Ковалевой. М.: Аспект Пресс, 1998. 270 с.

18. Потапова, К. И. У истоков символического интеракционизма: социальная психология Дж. Г. Мидса / К. И. Потапова // Современные исследования социальных проблем. - 2016. - № 4-1(28). - С. 77-88. DOI: 10.12731/2077-1770-2016-4-1-77-88 EDN: XVLLQH

19. Holmqvist, M. Economics as symbolic capital: the consecration of elite business schools / M. Holmqvist // Theory and Society. 2022. Vol. 51, № 3. - Pp. 435-455. DOI: 10.1007/s11186-021-09455-z EDN: HKFTFV

20. Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. № 5. Текст: электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-kapitala> (дата обращения: 24.04.2026). EDN: OYUVRD

21. Огурцова Ю.Н. Факторы, влияющие на выбор путешествия в российском туризме // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. № 3. Текст: электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyaushchie-na-vybor-puteshestviya-v-rossiyskom-turizme> (дата обращения: 24.04.2026). DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-3 EDN: VFDMXC

22. Васильева Е.В. Образовательная услуга как экономическая категория в условиях рыночных отношений // Московский экономический журнал. 2020. № 10. Текст: электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnyaya-usluga-kak-ekonomicheskaya-kategoriya-v-usloviyah-rynocnyh-otnosheniy> (дата обращения: 24.04.2026). DOI: 10.24411/2413-046X-2020-10676 EDN: CVBDPP

23. Боричевская Е.И., Терещенко Н.А. Роль жилищных условий в формировании психологического комфорта и академической мотивации студентов (результаты пилотажного исследования на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации) // Теория и практика общественного развития. 2025. № 11. С. 54-62. DOI: 10.24158/tpor.2025.11.4 EDN: BDSZYA

References:

1. Andreeva V. L. Analytical review of the concept of "educational tourism" // Proceedings of BSTU. Series 1: Forestry, environmental management and processing of renewable resources. 2023. №2 (270). Text: electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiticheskiy-obzor-ponyatiya-obrazovatelnyy-turizm> (date of request: 04/24/2026). DOI: 10.52065/2519-402X-2023-270-2-13 EDN: GWPZXU

2. Urry J. *The Tourist Gaze*. 2nd ed. L.: SAGE Publications, 2002. 171 p.

3. Cohen E. *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings* // Annual Review of Sociology. 1984. № 10. P. 373-392.

4. Cohen E. *Rethinking the Sociology of Tourism* // Social Research. 1972. № 39. P. 164-182.

5. MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley; Los Angeles; L.: University of California Press, 1999. pp. 31-34.

6. Bauman Z. *Globalization. Consequences for man and society* / Translated from English M.: Publishing house "The Whole World", 2004. 188 p.

7. Kuserova A.L., Saraikina S.V. Social tourism in Russia: a project approach to implementation // Service in Russia and abroad. 2024. No. 2 (111). Text: electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-turizm-v-rossii-proektnyy-podhod-v-realizatsii> (date of request: 04/24/2026). DOI: 10.5281/zenodo.12605813 EDN: HTCMRM

8. Shulgina O.V. Educational tourism as one of the promising areas for the development of domestic tourism in Russia // ESPR. 2023. №4 (56). Text: electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnyy-turizm-kak-odno-iz-perspektivnyh-napravleniy-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii> (date of request: 04/24/2026). DOI: 10.31249/espr/2023/04.15 EDN: LURTCR

9. Avagyan A. A. Educational tourism in Russia: current state and development prospects // Service +. 2019. No. 3. Text: electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnyy-turizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya> (date of request: 04/24/2026). DOI: 10.24411/2413-693X-2019-10303 EDN: HOMZII

10. Klimova T. B. The international educational tourism market in the estimates of the OECD and the EU // Scientific result. Business and service technologies. 2024. No. 2. Text: electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-rynok-obrazovatel'nogo-turizma-v-otsenkah-oesr-i-es> (date of request: 04/24/2026). DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-2-0-1 EDN: NWHQYN

11. Weber M. *Selected works: Translated from German/Comp., general ed. and afterword by Yu. N. Davydov; Preface by P. P. Gaidenko*. Moscow: Progress, 1990. 808 p. ISBN: 5-01-001584-6 EDN: SGUYOR

12. Pierre Bourdieu, *Sociology of Social Space* / Translated from French; edited by N.A. Shmatko. Moscow: Institute of Experimental Sociology; St. Petersburg: Aletya, 2007. 288 p.

13. Shulgina, T. A. Modern approaches to the implementation of the theory of social exchange / T. A. Shulgina // Collection of humanitarian studies. - 2022. - № 1(30). - Pp. 6-11. DOI: 10.21626/j-chr/2022-1(30)/1 EDN: CZQQGS

14. Homans J. *Social behavior as an exchange* // Modern foreign social psychology. / Edited by V.I. Dobrenkov, Moscow, 1984. 212 p.

15. P. Shtompka. *Trust is the foundation of society*. Translated from Paul by N.V. Morozova. Moscow: Logos, 2012. 440 p. ISBN: 978-5-98704-495-7 EDN: QONPXD

16. *Sociology. Analysis of modern society: Translated from Polish. SEE Chervonnoy. M.: Logos, 2005. 336 p.*

17. Parsons T. *The system of modern societies* / Translated from English by L.A. Sedova and A.D. Kovaleva. Edited by M.S. Kovaleva. Moscow: Aspect Press, 1998. 270 p.

18. Potapova, K. I. At the origins of symbolic interactionism: the social psychology of J. G. Meade / K. I. Potapova // Modern research on social problems. - 2016. - № 4-1(28). - Pp. 77-88. DOI: 10.12731/2077-1770-2016-4-1-77-88 EDN: XVLLQH

19. Holmqvist, M. Economics as symbolic capital: the succession of elite business schools / M. Holmqvist // Theory and Society. 2022. Vol. 51, No. 3. - Pp. 435-455. DOI: 10.1007/s11186-021-09455-z EDN: HKFTFV

20. Bourdieu P. *Forms of capital* // Economic sociology. 2002. № 5. Text: electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-kapitala> (date of request: 04/24/2026). EDN: OYUVRD

21. Ogurtsova Yu.N. *Factors influencing the choice of travel in Russian tourism // Scientific result. Business and service technologies. 2022. No. 3. Text : electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyaushchie-na-vybor-puteshestviya-v-rossijskom-turizme> (date of request: 04/24/2026). DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-3 EDN: VFDMXC*

22. Vasilyeva E.V. *Educational service as an economic category in the context of market relations // Moscow Economic Journal. 2020. № 10. Text : electronic. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatel'naya-usluga-kak-ekonomicheskaya-kategoriya-v-usloviyah-rynochnyh-otnosheniy> (date of request: 04/24/2026). DOI: 10.24411/2413-046X-2020-10676 EDN: CVBDPP*

23. Borichevskaya E.I., Tereshchenko N.A. *The role of housing conditions in the formation of psychological comfort and academic motivation of students (results of a pilot study on the example of students of the Financial University under the Government of the Russian Federation) // Theory and practice of social development. 2025. No. 11. pp. 54-62. DOI: 10.24158/tpor.2025.11.4 EDN: BDSZYA*

Информация об авторах:

Боричевская Елизавета Игоревна, кандидат социологических наук, ассистент кафедры социологии, младший научный сотрудник Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации; <https://orcid.org/0000-0001-7116-4035>, eborichevskaya@fa.ru

Терещенко Наталия Артемовна, студентка 4 курса факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации; <https://orcid.org/0009-0006-8534-2473>, nataliya-tereshchenko@mail.ru

Вклад авторов:

Е.И. Боричевская – научное руководство, разработка методологических оснований работы, подготовка итогового текста и выводов.

Н.А. Терещенко – концепция исследования, разработка теоретических оснований работы, аналитическая обработка данных в части контент-анализа научной литературы, написание основного текста, формулирование гипотез и раздела «обсуждение».

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 22.04.2026;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 07.05.2026;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.05.2026.

Авторами окончательный вариант рукописи одобрен.