

**ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Туризмологія

Конспект лекцій

Львів

Видавництво Львівського торговельно-економічного університету

2023

УДК 338.48 (075)

Т 87

Укладач: к.е.н., доц. Миронов Ю. Б.

Рецензенти: д.е.н., проф. Мізюк Б. М., д.е.н., проф. Свидрук І. І.

Відповідальний за випуск: д.е.н., проф. Мізюк Б. М.

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету товарознавства, управління та сфери обслуговування ЛТЕУ.

Протокол № 10 від 09.06.2022 р.

Туризмологія : конспект лекцій / [уклад.: Ю. Б. Миронов]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2023. – 116 с.

Конспект лекцій розкриває суть основних категорій туризмології, її об'єкт, предмет, особливості використання туризмологічних методів у дослідженнях феноменів туризму. З'ясовано функції туризмології, її суспільне призначення. Охарактеризовано еволюцію туризмологічного знання, визначено зміст основних туризмологічних концепцій. Осмислено структуру туризмології, її системну архітектоніку та органічну узгодженість.

Для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, викладачів, усіх, хто цікавиться туризмом.

УДК 338.48 (075)

© Миронов Ю. Б.,
2023

Зміст

Вступ	4
Тема 1. Туризмологія як інноваційна соціоекономічна та гуманітарна навчальна дисципліна	6
Тема 2. Теоретико-методологічне осмислення феномену туризму	16
Тема 3. Еволюція туризмологічного знання	24
Тема 4. Філософія туризму	36
Тема 5. Географія туризму	44
Тема 6. Соціологія туризму	60
Тема 7. Екологія туризму	69
Тема 8. Культурологія та етика туризму	75
Тема 9. Психологія туризму	83
Тема 10. Педагогіка туризму	94
Туризмологічний словник	106
Рекомендована література	115

Вступ

Теоретико-методологічне осмислення туризму, формування сучасної «туристичної свідомості», яка має бути притаманна всім суб'єктам туристичного процесу, – нагальна потреба часу, тому що цей феномен, який у ХХ-ХХІ ст. став глобальним, є одним із могутніх чинників, які істотно впливають на сучасну цивілізацію. Якими будуть наслідки цього впливу – позитивними чи руйнівними, – мають аргументовано відповісти соціальні філософи, економісти, правознавці, географи, історики, країнознавці, політологи, культурологи, екологи, які безпосередньо або дотично пов'язані з туризмом.

Туризм – важливий соціальний інструмент, його вміле використання виводить економіку країн на якісно новий рівень, забезпечує державі швидкі та високі прибутки, стимулює регіональний розвиток, сприяє створенню нових робочих місць, забезпечує відчутний прогрес у всіх сферах суспільного життя, є вагомою складовою бюджетоутворювального механізму. Однак для того щоб індустрія подорожей забезпечувала реальний прибуток, їй потрібна державна підтримка, спрямована насамперед на впровадження інвестиційних проектів, пов'язаних зі створенням сучасної туристичної інфраструктури, просування вітчизняних екскурсійно-пізнавальних маршрутів за кордон, активізацію внутрішнього туризму, підготовку кваліфікованих професіоналів туризму, зокрема науковців-туризмологів.

Становлення туризмології – оригінальної, інноваційної, соціоекономіко-гуманітарної науки і навчальної дисципліни – відбувається протягом усієї історії туризму, від зародкових форм (пратуризму) до розвинутого туризму сучасності. Відповідно до еволюції туризму поступово відбувається його осмислення, формується його теоретичний образ. Туризмознавство та туризмологія впорядковують, узагальнюють та концептуалізують багатоманітний матеріал спостережень щодо туризму як явища суспільного життя. Накопичення і концентрація туристичного знання уможливають його наукове оформлення – формування туризмології. З огляду на складність об'єкта дослідження, наявності різних наукових шкіл, що досліджують феномен туризму, специфіку авторських позицій, які інколи принципово не збігаються, цілком природно, що можливі різні версії туризмології, а монополія на її єдине витлумачення не є доречною. Однак необхідне узгодження основного розуміння глибинної сутності туризму, яка полягає насамперед у тому, що він є формою природно-суспільного буття та життєдіяльності людини, яка подорожує, різновидом практичної діяльності

мільйонів людей.

Туризм напрочуд динамічне явище. Він чутливо реагує на ті зміни, які відбуваються в структурі суспільних та індивідуальних людських потреб, своєрідно відповідає на виклики, пропозиції та загрози, притаманні ХХІ ст. Тому сучасна туризмологічна культура має не тільки адаптувати фахівців галузі до реалій сучасного туристичного процесу, гострої конкуренції на ринку туристичних послуг, а й готувати їх до зустрічі з новим, незнайомим, формувати не лише тактичне вміння, але й стратегічне, перспективне мислення. Урахування не тільки сучасних проблем теорії і практики туризму, а і його найближчих та віддалених перспектив, майбутніх можливостей – актуальне туризмологічне завдання.

Оскільки туризмологія є міждисциплінарною наукою, вона ґрунтується на філософію туризму, що досліджує «життєвий світ» мандрівної людини, аксіологічний, морально та естетично ціннісний аспекти туристичних подій; географію туризму, зосереджену на просторово-часових закономірностях функціонування туризму; соціологічні дослідження туризму як специфічного соціального інституту і засобу соціалізації особистості; культурологію туризму, яка дає змогу аналізувати гуманізуючу, «людинотворчу» місію туризму; психологію туризму, що досліджує індивідуальні особливості людини, яка подорожує. Психологічні аспекти туризмології пов'язані з питаннями етичних та естетичних цінностей туристів. Дедалі більше уваги туризмологи звертають на нові тенденції розвитку екологічного туризму, екологізацію свідомості мандрівників. Проблемами професійної підготовки фахівців туристичної справи опікується педагогіка туризму. Туризмологічне знання було б неповним без осмислення туристичної практики, яке забезпечує праксеологія туризму.

Туризмологія слугує й іншими науковими знаннями. Предметом досліджень є правознавчі, політологічні, конфліктологічні та інші аспекти наукового осмислення туризму. У єдності вони формують цілісне туризмологічне знання, допомагають дослідити феномен туризму в усій його багатоманітності, виробити відповідну культуру мислення у фахівців сфери туризму, забезпечити гідну відповідь викликам, проблемам та загрозам цивілізації ХХІ ст.

Тема 1. Туризмологія як інноваційна соціоекономічна та гуманітарна навчальна дисципліна

- 1.1. Суть і структура туризмології.
- 1.2. Туризмологія у структурі туризмознавства.
- 1.3. Основні концепти туризмології.

1.1. Суть і структура туризмології

У контексті сьогодення «туристична революція» постає важливим виміром буття сучасного людства – якісною зміною способу життя сотень мільйонів людей, для яких туристичні подорожі стають «другим життям». Водночас туризм як спосіб життя для багатьох набув не образного, а буквального значення – у сфері туристичної діяльності задіяний кожний дев'ятий працівник на планеті. В орбіті цієї діяльності перебувають економіка, політика, культура і освіта всіх без винятку країн. За допомогою туризму людина здатна зрозуміти і відчутти світ в усій його повноті – «це революція, яка надає всім громадянам світу можливість мандрувати, революція, в якій вони, відчуваючи почуття гордості, можуть брати участь» (Гаазька декларація з туризму, 1989).

Сучасний туризм справляє на всі аспекти суспільного життя як позитивний, соціально значущий вплив, так і небажаний – навантаження на природу, деформації у культурному середовищі країн «третього світу», їхню експлуатацію. Глобальну проблему людства – освоєння навколишнього світу на якісно нових засадах – не можна розв'язати, знехтувавши таким чинником, як «туристична революція».

Туризм як об'єкт теорії. Чимало представників туристичної галузі ставляться до туризмології як науки скептично, вважаючи, що вона не пов'язана з практичним аспектом бізнесу. Самостійність практичної діяльності, її первинність для людей, зайнятих туристичним бізнесом, породжують ілюзію її повної самодостатності. Однак подібна самовпевненість тривалий час була властива підприємцям, промисловцям, видобувникам корисних копалин та ін. Наслідки неконтрольованої індустріалістської практичної діяльності виявилися надто тяжкими для суспільства. Запобігти руйнівному господарюванню, яке ігнорує соціальні, власне людські потреби і бажання, покликана соціально і гуманістично спрямована теорія.

Теорія – це вища форма організації наукового знання, яка дає цілісне

уявлення про закономірності та суттєві якісні характеристики досліджуваного явища. Залежно від рівня узагальнення розрізняють метатеорію (фундаментальне знання) та теорію середнього рівня (фактуалістичне знання). *Фундаментальне знання* здатне дистанціюватися від конкретних ознак досліджуваного об'єкта, зосередитися на з'ясуванні суті предмета аналізу, тобто зрозуміти і рефлексувати глибинні якості туризму. *Фактуалістичне знання* характеризують конкретністю та предметністю. Теоретичне знання формується на основі якісного опрацювання знання практичного і є результатом узагальнення та концептуалізації даних спостереження, накопиченого досвіду. Таке знання «повертає» практиці сутнісне уявлення про неї, озброює її методологічними порадами. Теорія здатна передбачати розвиток подій, сприяти розробленню перспективних сценаріїв «бажаного майбутнього», зокрема щодо перспектив розвитку масового туризму.

Об'єктом теоретичного знання у туризмології є феномен туризму. Феномен «демонструє» себе світові і людині, чуттєво сприймається, на відміну від сутності (ноумен), яку можна зрозуміти тільки за допомогою розуму. Поряд з поняттям «туризмологія» часто вживають інші, які також рефлексують світ туризму, – «туризмознавство», «туризмометрія», «туризмографія», «туристика». На перший погляд, їхні дефініції ідентичні за змістом, однак це – поверхове ототожнення.

«Туризмознавство» – найзагальніше поняття, яке охоплює будь-яке знання про туризм: загальне і часткове, теоретичне і практичне, абстрактне і конкретне, раціональне і чуттєве, ідеальне і реальне. У туризмознавчому загалі все значуще – технологія приготування їжі визначення собівартості пакета туристичних послуг тощо. Туризмознавство також охоплює історію зародження туризму, зокрема літопис виникнення й еволюції теоретичних рефлексій цього феномена.

Термін «туризмографія» означає письмові чи символічно, знаково зафіксовані свідчення щодо туризму, його опис, звіти мандрівників, розповіді (наративи), щоденники, книги, статті та інші зразки наукового, епістолярного чи белетристичного жанру, картографічні документи, які виготовляли протягом тисячолітньої історії подорожей, а також графіті як візуально зафіксовані свідчення вражень тих, хто подорожує. Термін «туризмометрія» насамперед відображає можливість математично «замірювати» туристичну діяльність, обчислювати туристичні потоки, визначати місця розміщення, їх місткість, отримувати різноманітні статистичні дані щодо економічної, соціальної та культурної ефективності туризму. Поняття «туристика» також претендує на визначення автономності туристичного знання (за аналогією понять «статистика», «белетристика», «флористика», які визначають простір чисел, текстів, рухів), але

воно не таке містке і точне, як «туризмознавство».

Поняття «туризмологія» найбільш вдало в концептуально-концентрованому вигляді відображає суть явища «туризм». Його вживання, по-перше, відповідає науковій традиції утворення теорій, які ґрунтуються на знанні закономірностей свого об'єкта (логосу) – «біологія», «зоологія» тощо; по-друге, воно наголошує на фундаментальному характері репрезентованого знання, тому саме туризмологічне знання є методологічним щодо таких розділів туризмознавства, як: педагогіка чи етика туризму, туристичний менеджмент чи маркетинг; по-третє, туризмологічні концепти (поняття, які функціонують у режимі розуміння-пояснення) забезпечують створення теорії туристичної діяльності, яка, зі свого боку, за умови свідомого засвоєння і використання є надійною основою практичної діяльності.

Туризмологія як наука потребує:

- єдиного комплексного підходу до неї як до предмета наукового пізнання;
- систематизації наукових підходів щодо аналізу розвитку туризму;
- чіткого визначення предмета, суб'єкта та об'єкта вивчення;
- визначення меж актуальної наукової проблематики, об'єднання окремих її компонентів в загальну картину;
- узагальнення накопичених знань і методів вивчення туризму;
- вивчення системи міжпредметних зв'язків через проведення аналізу таких наук, як: антропологія, екологія, економіка, рекреація тощо.

Туризмологія – багатовекторний науковий напрям. Він об'єднує філософські, географічні, юридичні, соціологічні, культурологічні, педагогічні та інші виміри. Їх мають глибоко дослідити представники цих наукових галузей. Крім того, туризмологія повинна сконцентрувати увагу на професійних складових теорії туризму із залученням фахівців вузькопрофільного спрямування. Ідеться про удосконалення проблем інституту гостинності, технології туристичної діяльності, поглиблене вивчення таких дисциплін, як рекреація, анімація, економіка, екскурсознавство та музеєзнавство.

1.2. Туризмологія у структурі туризмознавства

Розвиток туризмологічної науки – багатовекторний процес. Він розгортається на двох основних рівнях як «зверху» – постановка проблем, формулювання ідей та гіпотез, визначення концептів, розроблення теоретичних моделей, так і «знизу» – наукове осмислення практики (праксеологія туризму), узагальнений аналіз її складових – економіки, менеджменту, готельно-

ресторанної справи, рекреалогії тощо. Важливою є підготовка матеріалів довідково-словникового характеру, адже туризмологічний тезаурус, за умов його науково-аргументованого опрацювання і узгоджено конвенціонального сприйняття та використання, поєднує фундаментальну та технологічну частини туристичного знання, констатує зміст навчальних програм і освітніх кваліфікаційних стандартів.

Туризмологія як наука і освітня дисципліна має бути представлена як інтегрована науково-системна цілісність, що в узагальнено теоретичний спосіб відображає практичну діяльність організацій та установ туризму, всіх його суб'єктів.

Становлення науки про туризм (туристики, туризмознавства, туризмографії, туризмометрії, туризмології) відбувалося поступово, протягом усього періоду зародження та розвитку туризму. Витоки теорії сягають давніх часів, коли з'явилися перші описи подорожей. Історія подорожей (історія туризму як літопис подорожей) – історіографія туризму, туристичне джерелознавство представлені у найдавніших письмових джерелах (туризмографія). Теоретична позиція дослідника забезпечує впорядкування відповідного туризмознавчого матеріалу, який він розглядає крізь призму обраної теорії. Доречною є аналогія становлення туризмології за формуванням науки як системно організованих і логічно обґрунтованих знань про світ (теоретичне пізнання). Початок наукового знання простежують у культурах Вавилонії, Давнього Єгипту та інших країн, а «струнка» наукова система знань вибудувалася тільки в новочасовий період (XVII-XIII ст.), коли наука набула інституалізованого статусу.

Туризмологія постала як окрема галузь соціоекономічного знання тільки у XIX-XX ст., у час перетворення подорожей на власне туризм як соціальний інститут.

Правомірно визначити два основні етапи еволюції вчення про туризм (туризмознавство). На *першому етапі* знання про подорожі (пратуризм) ще не долало меж діючої практики, втіленої у ній. Знання про подорожі відображали переважно у мандрівнографічній, описовій формі. Особливістю подорожей був чітко окреслений, діловий, елітарно вибірковий, суспільно обмежений характер, тобто такий, що здійснюється з метою торгівлі, відкриття нових земель, опанування нових ринків, організування дозвілля, відпочинку та оздоровлення. Однак саме тоді з'явилися перші змістовні текстові рефлексії про подорожі, які належали мандрівникам-історикам, дипломатам, філософам, географам, торговцям, мореплавцям. Часи античної доби, Ренесансу та Просвітництва можна

назвати етапом «індустріального» знання про подорожі.

На *другому етапі* поступово формується інституалізоване уявлення про подорожі, виникають власне наукові знання. Як і раніше, вони живляться спостереженнями і осмисленням практики подорожей, але ці знання дедалі більше набувають форми теоретичних моделей предметної дійсності. Реалії та факти діяльності тих, хто подорожує, фіксують у поняттях (концептах), які є основами теоретичної конструкції туризмології.

Акцентовано туризмологічного оформлення знання про туризм набуло у другій половині XIX ст. У європейських туристично привабливих країнах (Австрії, Швейцарії, Німеччині, Франції, Бельгії, Чехії) з'являються перші праці, які містять систематизовані результати наукового осмислення досвіду туристичної справи. У творах науковців цього часу представлено професійну туристичну термінологію, зокрема такі базові поняття, як «географія туризму» та «туристичний регіон» (Дж. Страднер, Австрія), «туристична рекреація» (Б. Браун, США), «туристична індустрія» (К. Спіутс, Австрія). У першій половині XX ст. почали формуватися національні туризмознавчі школи, серед яких своєю творчою активністю вирізнялися австрійська (П. Бернекер, Дж. Страднер), німецька (В. Нарштедн, В. Фрейер), англійська (З. Бауман, Дж. Суорбрак, Е. Коен), данська (Н. Лейпер), швейцарська (К. Крафт, Д. Криппендорф, С. Каспар), французька (Ф. Франжіаллі, С. Перро), американська (Ф. Котлер, Ф. Пірс, Д. Уокер), польська (І. Енджейчик), болгарська (М. Нешков).

Проблему туризму почали осмислювати в економічному, культурно-пізнавальному, оздоровчому, бізнесовому ракурсах. Показовою в цьому сенсі стала праця швейцарського дослідника Дж. Криппендорфа «Маркетинг в туризмі». Принциповим проривом у становленні туризмології була поява поняття «концепції туристичної статистики» (Е. Фралер). Застосування до туризму математичних моделей закріплювало науковий статус туризмознавства. Теоретичне опрацювання моделей туризму уможливило створення загальної теорії туризму. Цій проблематиці німецький дослідник Д. Пірс присвятив тритомну працю: «Туризм сьогодні», «Туристичний розвиток», «Туристичні організації».

Теоретичний образ туризму як цілісної системи, яка поєднує три основні елементи – туриста, туристичну дестинацію, туристичну індустрію, – представлено у працях Н. Лейпера (Данія). Він характеризує туризм як «просторову різнопланову людську діяльність, яка стосується різноманітних аспектів людського життя», виокремлює діяльніший принцип як основний у теорії

туризму.

Створення теорії туризму розпочалося і в США. Одним із засновників цієї справи вважають американського теоретика, заслуженого професора туризму Мічиганського державного університету Р. Макінтоша.

Французький учений, колишній Генеральний секретар ЮНВТО Ф. Франжіаллі у доповіді на Міжнародному форумі АМФОРТ (2000) запропонував теоретичну модель туризмології. Туристичну науку, зазначив Ф. Франжіаллі, розглядають переважно у двох аспектах: з'ясовуючи особливості цього міждисциплінарного поля та оцінюючи перспективи економічної діяльності туризму. Водночас, на його думку, найбільш підготовленими до розуміння його сутності є представники географічної науки. Ф. Франжіаллі став ініціатором створення одного із засадничих у теоретичному плані проєктів «Глобальний етичний кодекс туризму». У ньому викладено комплекс орієнтирів «для відповідального і сталого розвитку туризму» у новому тисячолітті. Кодекс наголошує на демократичному, ліберальному характері туристичного руху, який здійснюється «завдяки прямим контактам» людей у дусі толерантності та поваги до різноманітних релігійних, філософських і моральних переконань, які вони поділяють. У Кодексі стисло охарактеризовано чинники, які забезпечують функціонування туризму як суспільного явища, розкрито соціальний вплив туристичної практики на всі сектори суспільного життя, охарактеризовано значення туризму як привілейованого засобу індивідуального та колективного вдосконалення.

В узагальненому вигляді наука про туризм (туризмологія) охоплює такі проблеми:

- з'ясування суті та смислового значення туризму як суспільного явища та соціального інституту;
- визначення у понятійний спосіб основних характерних ознак туризму, розроблення його тезаурусу, словниково-категоріального апарату;
- систематизація наукових підходів до розуміння феномену туризму, з'ясування його генези та еволюції, поглиблення змісту концепцій туризму як відносно самостійних наукових дисциплін;
- осмислення структури туризмологічного знання, його архітекτονіки, діалектичної узгодженості всіх частин;
- виявлення функцій теорії туризму, її призначення;
- з'ясування суперечливого характеру туризму, його позитивних і негативних можливостей і проявів;

- осмислення діалектики (взаємозв'язків) теорії та практики туристичної діяльності.

1.3. Основні концепти туризмології

Однією із системоформуючих стрижневих одиниць туризмології є категорія «подорож». «Подорож» та «подорожній» – два основні поняття, які забезпечують загальну концептуалізацію, тобто систематизоване наукове, логічно-аргументоване вчення про туризм, його туризмологічний статус. Туристична наука має вивчити все, що пов'язано з подорожжю.

Подорож і туризм – нерозривно пов'язані поняття, які у системно-смысловий спосіб характеризують стиль життя людини, яка з певною метою тимчасово залишає свою домівку, але ці поняття не є тотожними. Подорож – термін, що фіксує факт будь-якого переміщення людини у просторі та часі незалежно від її цільової мотивації. Ознака типового мандрівника – подорожування заради виконання своїх професійних обов'язків. Туризм, навіть у первісних формах, передбачав поїздки заради відпочинку, оздоровлення, розваг, відвідування пам'ятних місць тощо у вільний час. Діяльність туриста під час мандрівок не має на меті комерційних занять, а час і місце перебування – досить чітко визначені. Тому туризм – це специфічний вид подорожі. Отже, ототожнення туризму і подорожі не є коректним. Кожний турист – мандрівник, але не кожний мандрівник – турист. З'ясування цих принципових відмінностей, коректне використання формальних, логічних та змістовних критеріїв їхнього розпізнавання – конкретне завдання туризмології.

Туризмологічний підхід до подорожування істотно відрізняється від географічного чи країнознавчого: по-перше, він наголошує, що головним сюжетним предметом туристичної науки є саме «подорожуюча людина»; по-друге, увага науковця-туризмолога зосереджена на з'ясуванні світоглядного та культурологічного значення мандрівництва, соціальних чинників подорожування, виявленні тенденцій і закономірностей, які зумовили перетворення подорожей на туризм; по-третє, завданням туризмології є визначення хронологічних етапів становлення та розгортання туризму як специфічного підприємництва.

У давні часи привілеєм невимушеного подорожування користувалися лише знатні люди (нобілі), матеріально забезпечені, «володарі» досить розвинутих духовних потреб. Із часом кількість мандрівників зросла внаслідок збільшення молоді аристократії, для якої відвідування історичних і культурних пам'яток, а

також відпочинок на морських і гірських курортах перетворилися на звичайний фрагмент способу життя. Лестерширський друкар і пастор Томас Кук першим організував поїздку потягом для групи із 500 чоловік із Лестера у Лондон, потім влаштував екскурсії до Всесвітньої виставки у Парижі, а також до Єгипту. Поїздки були не лише комерційні, а й благодійні. У середині 20-х років ХХ ст. в індустріально розвинутих країнах запровадили оплачувані відпустки. Було створено розгалужену мережу залізниць, стрімко зростало виробництво автомобілів. Усе це сприяло демократизації туризму.

Історія туризму та його теоретичного осмислення є літописом з'ясування змісту цілей, яких хоче досягти турист. У туризмологічному аспекті зрозуміти цю мету допомагає категорія теорії туризму «дестинація» – ще один опорний концепт туризмології. У перекладі з англійської «дестинація» означає не тільки «місце призначення» (*place of destination*), але й мету подорожі, походу, мандрівки, відвідування тощо. Згідно з концепцією дестинації, запропонованої датським теоретиком Н. Лейпером, у геопросторовому трактуванні дестинація – транзитний район, куди спрямовано туристичні потоки і де реалізують бажання подорожуючих, задовольняють їхні потреби. Тому у смисловому аспекті дестинації є центрами зосередження привабливих для туристів об'єктів – історичних і культурних пам'яток, архітектурних споруд, природних див, місць відпочинку чи оздоровлення. Вони є основною притягальною силою дестинації, джерелом позитивних емоцій, засобом задоволення потреб і очікувань, отримання різноманітних вражень, цінного індивідуального туристичного досвіду.

Турист прагне в процесі своєї подорожі отримати повноцінний «туристичний продукт». Теорія туристичного продукту є важливим складником туризмології. За своєю суттю туристичний продукт – це сукупність туристичних послуг та товарів, які забезпечують функціонування туризму, сфери, у якій задовольняють інтереси та потреби мандрівника.

Туристичний продукт як предмет або послуга, яка реалізовується на туристичному ринку, – специфічний товар. За структурою він формується з таких компонентів:

- туристичних послуг (послуг організаторів туризму – туроператорів і турагентів), послуг перевізників, послуг системи гостинності і харчування, послуг працівників установ системи атракцій (розваг, дозвілля);
- товарів, які споживають під час туру;
- робіт, які супроводжують і забезпечують процес споживання туристичних послуг.

Туристичний продукт є основою туру. Тур – це комплекс послуг з розміщення, перевезення харчування туристів, екскурсійних послуг, а також послуг гідів-перекладачів та інших видів послуг, які отримує турист залежно від мети подорожі. Усі елементи організованого туру надають комплексно, у вигляді пакета взаємопов'язаних послуг. Категорію «тур» вживають і в іншому значенні – як типову назву туристичної подорожі, заздалегідь визначеного маршруту, з конкретними зупинками, під час яких турист отримує комплекс послуг, передбачених турпакетом.

Головним джерелом туристичного продукту є туристичні ресурси, джерела DESTINATION, місця призначення мети подорожування. Туристичні ресурси – це сукупність природно-кліматичних і культурно-історичних, соціально-культурних об'єктів, які є атракторами туристичного інтересу.

Виготовлення турпродукту, комплектування туру забезпечує спеціальна система суспільного виробництва – туристична індустрія.

Туристична індустрія – складна, багаторівнева система виробництва туристичного продукту. Вона існує як відносно автономна ланка економіко-господарської структури, яка безпосередньо чи опосередковано обслуговує туризм. В Україні до цієї структури належать підприємства та організації, десятки міністерств, комітетів, відомств. Індустрія туризму також є міжгалузевим комплексом з виробництва товарів та послуг для туриста. І, нарешті, це сукупність готелів та інших місць розміщення, транспортних засобів, пунктів харчування, розваг, культурних об'єктів, які забезпечують туроператорську і турагентську діяльність. Систему індустрії туризму поділяють на такі підсистеми, як система харчування, індустрії гостинності, дозвілля, розваг із притаманними кожній із них функцій забезпечення туристичних потреб.

Інфраструктура туризму – це комплекс матеріальних об'єктів, споруд інженерних та комунікаційних мереж, зокрема телекомунікаційного зв'язку, доріг, різних підприємств, які забезпечують нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів та їхнє належне використання в туристичних цілях. Загальна інфраструктура туризму поєднує інфраструктури різних його видів. Частина галузі й закладів цієї інфраструктури безпосередньо спрямована на обслуговування відпочинку туристів. У більшості випадків вона також обслуговує місцеве населення.

Розглянуті розділи туризмології, її головні концепти – подорож, DESTINATION, турпродукт, туриндустрія, інфраструктура туризму – не повністю вичерпують її зміст. Важливою складовою теорії туризму є вчення про її принципи, методи і

функції.

Принципи туризмології. У науковому розумінні – це основні, вихідні положення, ідеї, на підставі яких формується теорія (принцип матеріалізму, принцип універсального руху, принцип пізнання тощо).

Щодо теорії туризму визначають загальні і конкретні принципи (підходи). До загальних належать такі принципи: діяльнісний (туризм як особлива форма людської активності і мобільності), спонтанності мотивацій мандрівника, безпосередності туристичних контактів та ін. До системи принципів туризмології належать моральні принципи поведінки туриста (етичний кодекс туриста), принципи відповідальності (відповідального туризму), принципи дотримання вимог забезпечення поєднання соціальної та економічної ефективності турбізнесу тощо.

Основним принципом туризмологічного знання є розуміння суті туризму як форми природно-суспільного буття та життєдіяльності людини, яка подорожує. Через цю діялісну призму розглядають актуальні завдання туризмології: розуміння та інтерпретація видів туризму, розроблення концепції туристичного обслуговування, реалізація на практиці моделей туристичних центрів і територій тощо.

Реалізація принципів потребує знання певних способів їхнього упровадження у практику, зокрема наукову. Це вимагає відповідного методичного оснащення.

Методи туризмології. Це наукові прийоми, теоретичні засоби для досягнення мети, систематизований спосіб отримання теоретичного чи практичного результату, інформації, розв'язання проблем. Методи перебувають в єдності з певною теорією. Теорію формують, розробляють і перевіряють відповідно до обраних наукових методів. Вважають, що наукові методи – це обернена сторона теорії. Інакше кажучи, сам метод може виступати як теорія, теоретичний підхід (наприклад, емпіричний метод). Розрізняють всезагальні методи (діалектика), особливі (синергетичний) та специфічний (контент-аналіз у соціології). Сукупність методів (підходів, способів, прийомів), одержання наукового чи практичного результату є методологією.

Туризмологія використовує всі групи методів (підходів), але особливе значення мають методи системно-структурованого підходу, моделювання, формалізації, аналогії, порівняння (компаративістський), ідеалізації. Залежно від спрямованості методологічного аналізу сектору туризму (економіка, готельне господарство, ресторанна справа, система професійної освіти, правове

забезпечення туризму тощо) використовують відповідні методи.

На сучасному етапі теорія туризму дедалі активніше залучає до свого методичного інструментарію досягнення математики, математичної статистики, інформатики. Для дослідження туристичних потоків, динаміки і структури споживання туристичних послуг використовують методологію сучасного менеджменту та маркетингу, економетричні методи, методи математичного аналізу, теорію масового обслуговування, методи емпіричної соціології.

Функції туризмології. Це поняття, які характеризують основні напрями або роль певного чинника, його призначення.

Кожний суспільний інститут, зокрема туризм, виконує низку різноманітних функцій. Їх класифікують відповідно до конкретних завдань. До основних функцій туризму, якими оперує туризмологія, належать: пізнавально-ознайомлювальна, економіко-продуктивна, рекреаційно-розважальна, культурно-комунікативна, соціалізуюча. Оскільки туризм є впливовим соціокультурним інститутом, принципово важливо виокремити соціально-економічну функцію туризму, яка рефлексується туризмологічною думкою. Прогностична функція туризмології актуальна тому, що туризм дуже динамічне явище. Він чутливо реагує на зміни, які відбуваються в структурі суспільних та індивідуальних людських потреб, на всі виклики, пропозиції та загрози, притаманні цивілізації XXI ст.

Туризмологія є доволі молодого наукою. Названі концепти, сформульовані положення – лише частина її складного, багатоманітного змісту. Урахування не тільки сучасних проблем теорії і практики туризму, а і його найближчих і віддалених перспектив, майбутніх можливостей – актуальне туризмологічне завдання.

Тема 2. Теоретико-методологічне осмислення феномену туризму

2.1. Суть туризму.

2.2. Туризм як соціальний інститут. Функції туризму.

2.3. Туризм як чинник соціалізації особистості.

2.1. Суть туризму

Туризм є багатогранним явищем суспільного життя, могутньою і динамічною світовою індустрією, розгалуженою соціальною системою, що

генерує великі потоки мандрівників, створює сотні мільйонів робочих місць, важливим чинником формування способу життя і задоволення потреб людини. Таке багатопланове явище потребує наукового відображення: вже осмислено різні теоретичні і прикладні аспекти туризму.

З'ясування суті поняття «туризм» доволі дискусійне. Зважаючи на складність феномену туризму, багатогранність його поняття неможливо однозначно визначити. Різні дефініції туризму класифікують за такими критеріями:

1) *етимологічним*. Термін «туризм» у цьому аспекті похідний від французького слова «tourisme» (прогулянка, подорож). У його змісті також є поняття «tour» (коло, окреслений замкнутий маршрут) . Інакше кажучи, туризм у мовному розумінні – це словесне визначення специфічного виду подорожі, мандрівки або просто прогулянки;

2) *діяльним*. Відповідно до цього критерію туризм є особливою діяльністю подорожуючого. Характерними ознаками цієї діяльності є те, що вона здійснюється за межами постійного місця проживання та звичного середовища перебування людини, яка не має комерційної мети;

3) *економічним*. За цього підходу туризм трактують як сферу економічної діяльності;

4) *рекреаційним*. Туризм є важливим засобом релаксації, відпочинку з метою зміцнення здоров'я людини, відновлення її доброго фізичного стану;

5) *культурологічним*. Згідно з цим критерієм туризм є засобом задоволення різноманітних культурних потреб людини;

6) *гуманістично-антропологічним*. Туризм сприяє самореалізації людини як особистості, формує інтелектуальні, духовні, моральні якості, культурні потреби та інтереси.

Багатогранність цієї сфери зумовила появу численних наукових підходів до феномена туризму, а отже, різноманітних трактувань поняття «туризм». Одне з перших і найточніших визначень туризму, яке використовують і донині, запропонували професори Бернського університету (Швейцарія) В. Хунцікер і К. Крапф, а пізніше прийняла Міжнародна асоціація наукових експертів туризму: *«Туризм – це багатоманітність відносин і явищ, які впливають із подорожей, і перебування нерезидентів в кожному конкретному місці, не гарантуючи їм постійного перебування і не будучи для них засобом отримання прибутку»*.

Інше визначення туризму запропонував американський учений Дж. Джаффари: *«Туризм – це освіта людини поза звичайним способом життя, що*

задовольняє його потреби у відриві від імпульсів, і домашнього соціокультурного, економічного середовища». На думку Мерфі, туризм – це подорож нерезидентів (туристів, зокрема екскурсантів) до місць призначення та їхнє тимчасове перебування там доти, доки воно не стане постійним місцем проживання.

Туризм можна розглядати як феномен відпочинку і бізнесу. Донедавна більшість дослідників вивчала його фрагментарно, не враховуючи багатьох аспектів. Структура туризму змінюється, розвивається, залежить від відносин окремих елементів, підсистем, які впливають на нього як систему.

Данський туризмознавець Н. Лейпер стверджує, що туризм потрібно розглядати як відокремлену систему, яка складається з людей, які подорожують на свій розсуд і тимчасово зупиняються в місцях проживання на добу і більше. Елементами цієї системи є регіони, які генерують туристів, транзитні маршрути, місця призначення та індустрія туризму – всі вони перебувають у функціональних та просторових відношеннях. Таке тлумачення не стосується екскурсій, не пов'язаних із ночівлею, а також ділових подорожей, кінцевою метою яких є отримання прибутку від діяльності, навіть якщо він буде одержаний не в країні перебування.

Отже, туризм проявляється в багатьох формах і аспектах, тому дати йому єдине і повне визначення практично неможливо. Водночас опис концепції туризму і, по можливості, більш точне тлумачення є необхідною вимогою з таких причин:

- з метою вивчення, аналізу та прогнозування розвитку туризму як соціально-економічного явища;
- для статистичного дослідження туризму з можливо більшою точністю;
- для поширення на туризм правових та економічних пільг, передбачених законодавством багатьох країн і співтовариств.

Основними елементами поняття «туризм» є:

- турист (суб'єкт туризму, людина, яка прагне задовольнити свої рекреаційні потреби; характеризується значною різноманітністю);
- туристичний бізнес (вид підприємницької діяльності з виробництва продуктів і послуг на ринку з метою отримання прибутку);
- сфера гостинності (туризм як соціально-культурний і ментальний фактор, чинник розвитку сфери туризму в аспекті відкриття нових робочих місць та збільшення доходів місцевого бюджету).

Соціально-економічні процеси, які відбуваються в сфері туризму, їх специфіка викликають зацікавлення дослідників, які вивчають процеси його

функціонування і розвитку, виробництва і реалізації туристичних послуг, трансформацію під їхнім впливом економічних відносин.

Економічна діяльність у туристичній сфері – це комплекс відносин зі створення, розповсюдження та реалізації туристичного продукту із залученням усього комплексу туристичної інфраструктури та використання наявних ресурсів. Основними економічними характеристиками туристичної діяльності є:

- структура ринку туристичних послуг;
- цінні параметри на туристичний продукт;
- економічні параметри державного регулювання туристичних послуг на національному ринку;
- конкурентоспроможність вітчизняних туристичних фірм на національному і міжнародному ринках;
- купівельна спроможність населення і його економічна можливість щодо споживання туристичного продукту.

Діяльність у сфері подорожей і туризму дедалі більше впливає на економічну стійкість країн. Екологічно відповідальний туризм – один з нових полюсів зростання «зеленої економіки», що забезпечує створення стійкої інфраструктури, розширення ділових можливостей, збільшення кількості робочих місць та зростання прибутків.

До основних факторів, які зумовлюють появу суперечностей розвитку туризму належать: організаційні негаразди туризму, відсутність доцентрових сил і тенденцій для формування необхідних єдиних комунікацій та єдиної державної політики у сфері протекціонування туризму як ефективної галузі економіки, посилення бюрократичних тенденцій і контрольних функцій, необхідних у країнах з розвинутою туристичною індустрією (ліцензування, сертифікація тощо), але недоречних на стадії формування туристичного ринку.

Особливу увагу привертають питання контрольованого розвитку масового туризму, що призвело до зростання проституції і злочинності, особливо в країнах третього світу. Ці проблеми обговорювали на міжнародному рівні, пропонуючи альтернативу – так званий відповідальний, контрольований, «м'який» туризм (у ЮНЕСКО (1982), Міжнародній академії туризму (1989), Всесвітній туристичній організації (1980,1985,1989)).

Наукові дослідження туризму вченими різних сфер знань сформували методологічну базу теорії туризму. Дедалі виразнішим стало уявлення про багатовекторність теоретичних аспектів туристичної науки, що потребує мультидисциплінарного підходу до вивчення її проблематики, концептуалізації в

цілісній теорії. Вона має забезпечити корелятивне висвітлення співвідношення наукових та практичних складових туризму, урахування різноманітних поглядів і концепцій туризму – соціально-економічної, філософської, антропологічної, етико психологічної, соціологічної тощо.

2.2. Туризм як соціальний інститут. Функції туризму

Сучасна цивілізація має складну соціальну структуру, яка забезпечує стабільність суспільства та його безперервну еволюцію, оберігає від руйнівних процесів, мінімізує їхні наслідки. Елементами цього механізму є насамперед соціальні інститути – усталені форми організування соціальних відносин, завдяки яким стабільно функціонує певний фрагмент або сектор соціуму.

Численні соціальні інститути (держава, економіка, політика, право, мораль, культура, освіта, релігія, армія, родина тощо) впорядковують стихійні суспільні процеси, спрямовують їх у певне регульоване, раціонально визначене і контрольоване русло, впливають на соціальну поведінку людей, систематизують її, наповнюють гуманістичним змістом. Важливою є їх роль як механізмів соціального управління. Будь-який соціальний інститут – це цілісна система, яка складається із сукупності відносно автономних підсистем. Кожний соціальний інститут, зокрема туризм, утворює формальні (офіційно санкціоновані) та неформальні елементи. Формальними є насамперед правові та адміністративні норми і правила, які визначає держава (закони, статuti, кодекси, директиви, інструкції, збірки правил тощо). Нормативність – це основа соціального інституту, неодмінний компонент його легітимності. Важливим елементом є правові та організаційні механізми реалізації нормативно-правових дозволів діяльності інституту. Його констатують у відповідних установах, закладах, різноманітних об'єднаннях, асоціаціях, які є центрами впровадження діяльності інститутів. Тому соціальний інститут характеризують як сукупність організацій та відомств, у розпорядженні яких є певні матеріальні, духовні, інформаційні ресурси, через які реалізуються покладені на них функції.

Головне призначення соціальних інститутів – забезпечення цілісності та стабільності суспільного буття, взаємозв'язку його складових, протидія стихійним, руйнівним факторам. Соціальні інститути відтворюють рекурсивний (лат. *recursio* – повторення) характер перманентної людської діяльності. Рекурсивність як повторювальність людської діяльності і будь-якого соціального феномену є умовою відтворення соціальних механізмів. Критерій рекурсивності

дає змогу виявляти те нове, що виникає у процесі соціальних змін, з'ясовувати значення суспільних чинників наслідування інваріантних, постійних соціальних цінностей і тих факторів, які гальмують соціальний поступ, заважають здійсненню потрібної інноваційної змінювальності змістовних форм діяльності соціальних інституцій. Завдяки рекурсивності здійснюється «інституційний дизайн» соціального простору, відбувається взаємодія процесів відтворення і трансформації усіх складових соціальних інститутів, що має особливе значення для розуміння суті інституціонального простору перехідних суспільств (таких як в Україні).

Сучасному цивілізовано організованому, соціально відповідальному туризму притаманні всі атрибутивні ознаки соціального інституту: самодостатність і автономність, організаційна цілісність, наявність власної інфраструктури, комплексу усталених норм, принципів, правил регулювання діяльності своїх підрозділів, установ та підприємств, відповідний кадровий потенціал, його наукова та професійна підготовка тощо.

Туризм як соціальний інститут має свою специфічну системну структуру. Кожний її елемент – це підсистема, яку характеризують наявністю власних складових, набором правил, особливостями функціонування, цільовими призначеннями, їх можна розглядати як внутрішні інститути туризму. Системність туристичного соціального інституту потребує системного підходу до його вивчення і впорядкування.

У туристичній галузі дедалі ефективніше функціонують нові соціальні утворення – інформаційно-комп'ютерні Інтернет-системи, культурно-анімаційні комплекси та центри тощо. Традиційно у системі туризму відбувається економічна, підприємницька, бізнесова діяльність. Створюючи нові робочі місця, вдосконалюючи не тільки об'єкти рекреаційної індустрії, а й суміжні галузі господарства, забезпечуючи соціалізацію населення, туризм відіграє соціально-економічну і культурно-освітню, просвітницьку роль. Охорона історико-культурних пам'яток і збереження природних заповідників є чинниками «олюднення» всієї сукупності суспільних і міжособистісних зв'язків, їхнього облагородження на засадах культури.

Важливе місце у структурі туризму займає інститут гостинності – потужний механізм, у межах якого діє «система заходів, які забезпечують високий рівень комфорту, задовольняють різноманітні побутові і господарські запити гостей, сервіс». Гостинність у туризмі має поліфункціональний характер (розміщення, харчування, послуги, які сприяють досягненню мети подорожування –

екскурсійні, культурно-просвітницькі, релігійні, ділові, лікувальні тощо).

Невід'ємною складовою туризму як соціального інституту є індустрія дозвілля (дозвіллево-рекреаційна сфера, сфера вільного часу), яка охоплює *рекреацію* (відновлення духовних та фізичних сил людини) і *анімацію* (задоволення анімаційних потреб туристів: у насолоді, розвагах тощо).

Туризм виконує низку суспільно значущих функцій:

- *соціально-економічну* – сприяє матеріально-технічному і фінансовому процвітанню та поліпшенню якості життя людей, є ефективним засобом боротьби з бідністю;

- *соціально-інтегративну та комунікативну* – забезпечує соціалізацію і ресоціалізацію місцевого населення, сприяє об'єднанню людей у спільноту, є інтегратором життя народів, формує особливий тип поведінки любителів подорожування, активізує кроскультурні контакти;

- *гуманістичну* – продукує морально-естетичні норми міжкультурних, інтеріндивідних стосунків;

- *морально-психологічну та естетичну* – сприяє становленню нових соціальних цінностей, етизації і гуманізації суспільних процесів;

- *екологічну* – розвиває екотуризм, формує новий тип мислення.

Туризм як соціальний інститут сприяє розвитку соціально-економічної сфери суспільства, істотно впливає на продуктивність всіх сумісних з ним галузей господарства, гармонізує їхні взаємозв'язки, є стабілізуючим чинником у разі порушення балансу між позитивними і негативними тенденціями соціального поступу.

Винятково важлива роль туризму у виконанні завдань гуманізації суспільної та індивідуальної свідомості людей, збагачення змісту програм виховання молодого покоління. Ця галузь активно реалізує рекреаційну і лікувально-оздоровчу функції, а також гедоністичну (задоволення потреб).

Розвиток туризму як соціального інституту сприяє реалізації міжнародних принципів відкритості, партнерства і крос-культурної взаємодії у декларованих ЮНЕСКО та ЮНВТО. Через знайомство з новим соціокультурним простором корегуються національні, релігійні та інші стереотипи, забезпечується соціальна взаємодія етносів шляхом відвідування, безпосереднього сприйняття і переживання ефекту від знайомства з різними культурами.

Туризм є впливовим засобом соціалізації людини. Поглиблене засвоєння знань, норм, цінностей іншої культури дає змогу індивіду відчувати себе повноправним членом цивілізованого суспільства, відбувається його

інтерналізація. Туризм допомагає психологічно, естетично і морально засвоювати сучасні ціннісні орієнтації, перетворювати їх на мотиви і діяльніші принципи власної соціальної активності.

Подорожування є одним із чинників утвердження соціальних прав людини, це авторитетний засіб «народної дипломатії», що сприяє встановленню добросусідських відносин як між окремими громадянами, так і народами різних країн.

Розширення взаємодії соціальних суб'єктів, зокрема цілих соціумів, у глобальному просторі здійснюється через крос-культурно-комунікативну функцію. Щоб запобігти соціальним, екологічним та іншим глобальним кризам, катастрофам та конфліктам, необхідно гармонізувати практично мотиваційні відносини між індивідами, індивідом та суспільством, а також між різними соціумами та групами соціумів у міжнародному масштабі.

2.3. Туризм як чинник соціалізації особистості

Роль туризму у формуванні особистості, її всебічному розвитку, зокрема здатності адаптуватися в сучасному глобалізованому світі загальноновизнана. *«Туризм – це, насамперед, людське підприємництво, до якого людина вдається, аби задовольнити свої світоглядні та духовні потреби, пізнати навколишній світ, реалізувати свою особистість у просторі іншого: інших культур, звичаїв, способів життя»*, – зазначає І. Курас.

Реалізувати свої потреби особистість може у межах туристичної галузі як сфери практичної діяльності. Осмислити, проаналізувати туристичну діяльність з погляду її практичних спрямованостей покликана праксеологія туризму. Вона пропонує методики аналізу різноманітних дій або їхньої сукупності.

Важлива у контексті праксеології актуалізація творчого (інноваційного) потенціалу діячів туристичної справи. Прогнозуючи радикальні зміни у сфері зайнятості, американський прогнозолог Е. Тоффлер зазначає: *«Оскільки нові робочі місця невдовзі з'являться не в промисловості, як багато хто думає, то і кваліфікація потребує широкого спектра професій, пов'язаних з культурою і роботою з людьми. Ми маємо підготувати людей до роботи у сфері послуг, таких як служба здоров'я, сфера розваг, туризм тощо»*.

Діяльність суб'єктів туристичної галузі сприяє засвоєнню загальнолюдських цінностей і норм, збагаченню духовного світу особистості. У цьому аспекті культурні потенції туризму реалізуються в різних формах

практичної діяльності: організування та проведення екскурсій, музейна робота, культурне обслуговування, етикет проведення концертів тощо. Пізнаючи, слухаючи розповіді і спостерігаючи, людина освоює культурні символи, оцінює їх з погляду власної культурної практики.

Практична успішність, результативність системи організації туристичної діяльності принципово змінилися завдяки розвитку новітніх технологій. Інформаційні системи та мережі дали змогу швидко отримувати необхідну інформацію про діяльність у сферах туризму і гостинності.

Отже, туризм здатний ефективно сприяти розв'язанню актуальних економічних, політичних, соціальних, моральних і культурних проблем сучасного співтовариства, ініціювати створення програм і стратегій забезпечення якісно нового рівня суспільного розвитку. Тому розвиток цієї галузі – актуальне завдання для урядів усіх держав світового співтовариства загалом, народу України зокрема.

Тема 3. Еволюція туризмологічного знання

3.1. Історія туризмології в контексті історії туризму.

3.2. Перші рефлексії феномену подорожей і мандрівок у міфології, географії, філософії.

3.3. Становлення та етапи розвитку науки про туризм.

3.1. Історія туризмології в контексті історії туризму

Генезу туризмології доцільно розглядати у нерозривному зв'язку з історією виникнення і розвитку головного об'єкта цієї науки – туризму. Періодизація як хронологічно-змістовий поділ історичного розгортання певного процесу потребує попереднього вирішення низки теоретико-методологічних завдань, зокрема: визначення суті процесів, які досліджують, їхнього змісту, етапів послідовного розгортання тощо. В історіографії використовують різні підходи до періодизації історії подорожей і туризму. Наприклад, основою періодизації історії туризму, запропонованою вченим В. Грицкевичем, є історико-хронологічний підхід, згідно з яким виокремлено такі періоди цієї історії:

- 1) виникнення перших елементів туризму у давньому світі;
- 2) розвиток окремих видів туризму в середні віки;
- 3) становлення туризму як способу отримання освіти і культурного

виховання в період Просвітництва (XVII – початок XIX ст.);

4) розвиток туризму у формі організованого масового руху (з 40-х років XIX ст.).

Американський дослідник Д. Уокер обґрунтовує техніко-індустріальний (економічний) підхід до періодизації історії туризму, критерієм якого обрано розвиток транспортних засобів, що використовують під час подорожей, поділяючи цей процес на п'ять періодів:

- передіндустріальний, коли користувалися найпростішими засобами пересування;

- період залізничного транспорту;
- період автомобільного транспорту;
- період реактивних авіалайнерів;
- період круїзів на морських лайнерах.

Основою періодизації історії туризму і гостинності, запропонованою Л. Воронковою, є критерій якісних відмінностей історичних епох. Вона виокремлює такі періоди:

- історія давніх подорожей і зародження традицій гостинності;
- подорожі часів середньовічної культури;
- епоха великих географічних відкриттів;
- подорожі і традиції гостинності у європейській культурі XVI-XVIII ст.;
- еволюція індустрії гостинності і туризму в XIX ст.;
- розвиток масового туризму в XX ст.;
- міжнародний туризм на межі XXI ст.

Для з'ясування проблематики періодизації історії доцільно чітко розмежувати поняття «період» та «етап». *Період* – тривалий проміжок часу, в межах якого відбувається будь-який завершений процес. *Етап* – стадія будь-якого процесу, обмежений відрізок часу, який характеризують певною якісною зміною, помітними подіями. З огляду на це можна запропонувати таку періодизацію історії туризму:

I період (III-II тис. до н. е. – перша половина XIX ст. н. е.). Доіндустріальне суспільство. Його поділяють на такі етапи:

- виникнення перших ознак туризму у подорожах людей давнього світу відповідно до мотивації (пізнавальна, оздоровчо-рекреаційна, розважальна);
- розвиток цих ознак туризму у середні віки (зародження елементів організованих подорожей);
- епоха Великих географічних відкриттів (розширення соціального простору

подорожей, удосконалення транспортних засобів та розвиток інфраструктури подорожування);

- змістовне збагачення подорожей у часи Просвітництва (поширення подорожей із метою здобуття освіти, поява екскурсійної практики).

Подорожі, які здійснювали до XIX ст., не можна вважати туризмом у сучасному розумінні цього поняття. Коректніше їх характеризувати як прообраз сучасного туризму – пратуризм, коли в межах різноманітних подорожей з'являються і еволюціонують певні ознаки туризму як організованої подорожі. Перші спроби осмислення феномену подорожей самими мандрівниками вміщено у міфології, географічних, філософських текстах.

II період (перша половина XIX – початок XX ст.). Індустріальне суспільство. Час виникнення і становлення власне туризму. Виокремлюють такі етапи:

- з 1847 р. – до Першої світової війни. Поява перших національних і міжнародних туристичних організацій, початок формування сучасної інфраструктури туризму;

- 1914-1918 рр. – фактичне припинення туристичної діяльності, масові примусові переміщення людей;

- 20-30-ті роки XX ст. – відродження та вдосконалення інфраструктури туризму, становлення соціального туризму.

Основними чинниками виникнення і становлення туризму були:

- а) стрімкий науково-технічний прогрес (удосконалення традиційних та поява нових видів транспорту і зв'язку);

- б) інтенсивне освоєння світового географічного простору;

- в) зростання добробуту населення та збільшення частки вільного часу;

- г) розвиток туристичної інфраструктури;

- г) підтримка туризму з боку держави;

- д) підвищення культурного рівня населення.

Науково-технічний прогрес, соціальні реформи, підвищення рівня життя, відпустки (у Німеччині, наприклад, з 1873 р.) зумовили поступову зміну пропорції робочого і вільного часу на користь відпочинку. З другої половини XIX ст. до індустрії відпочинку ввійшли підприємства готельного господарства; утворилися перші бюро подорожей.

Значну роль у поширенні туризму відіграли революційні зміни в розвитку транспорту. Винахід пароплава (1807), паровоза (1814), вдосконалення поштового зв'язку, що супроводжувалося розширенням мережі шляхів у Європі, пасажирські

перевезення через Атлантику (1830) забезпечили зростання швидкості і надійності пересування за зниження його вартості.

Із розвитком індустріального суспільства, поліпшенням шляхів сполучення, появою залізничного транспорту та пароплавства подорожі набули форми організованого активного відпочинку й отримали власну назву – туризм. У 1847 р. у Великій Британії виникла перша в історії туристична організація (прообраз сучасної туристичної фірми) – «Томас Кук і сини». У другій половині XIX ст. у багатьох країнах Європи було створено самодіяльні (громадські) туристичні організації – клуби, товариства. Вони розробляли маршрути, дбали про забезпечення мандрівників місцями відпочинку, сервісом. У цей час накопичували знання про туризм різні науки – історичні, географічні, економічні, педагогічні, соціальні. Тому вказаний період можна назвати розвитком *туризмографії* (будь-які відомості про туризм, зафіксовані у письмовій формі).

III період (друга половина XX – початок XXI ст.) – перехід до постіндустріального суспільства). Перетворення туризму на масове соціальне явище, розвинуту галузь суспільного виробництва. У XX ст., особливо у його другій половині, до туризму долучилися сотні мільйонів людей. Попит на туристичні послуги стимулював швидкий розвиток туристичної галузі у багатьох країнах. Залучалися величезні валютні надходження, створювали численні робочі місця у сфері обслуговування туристів, що сприяло економічному піднесенню країн з розвинутою туристичною інфраструктурою. З 1950 р. до 2000 р. кількість міжнародних туристичних поїздок зросла більш ніж у 20 разів. За прогнозами ЮНВТО, у 2030 р. кількість міжнародних туристів досягне 1,8 млрд.

Туризм також набув величезного значення і як соціально-культурне явище, став одним з проявів способу життя широких суспільних верств у розвинених країнах. Розв'язання проблеми забезпечення туристичної галузі кваліфікованими кадрами стало неможливим без теоретичних знань, а отже, наукового осмислення цього складного, багатоаспектного явища.

3.2. Перші рефлексії феномену подорожей і мандрівок у міфології, географії, філософії

Туризм поставав із практики подорожей, мандрівок, відвідувань, паломництва, витоки якої сягають II тис. до н. е. Тому перші спроби осмислення цього феномену трапляються у міфології, географії, філософії.

Міфи й легенди давніх народів наповнені образами мандрівних персонажів.

У багатьох міфах описи подорожей містять важливі відомості, а боги навіть покровительствують подорожуючим, охороняють шляхи. Так, у давньоіндійській міфології бога Пушана описано як «володаря або охоронця шляху», «рятівника від помилкових шляхів». Зевса давньогрецький поет Гомер назвав «Зевс гостинний». Бога сонця Аполлона вважали охоронцем шляхів, мореплавців і подорожуючих. Аргонавтам у пошуках «золотого руна» допомагали давньогрецькі богині Гера й Афідна. Заступником мандрівників в античній міфології був Гермес.

У християнстві Святого Миколу Чудотворця вважають захисником мандрівників і мореплавців.

Багато географів, країнознавців, істориків вважають, що ера подорожей почалася масовими караванними переміщеннями купців, походами завойовників. Завдяки подорожам люди навчилися складати географічні карти, вимірювати морські глибини, пройдену відстань, визначати координати міст, островів, використовувати силу вітру, морських течій, споруджувати та вдосконалювати транспортні засоби (особливо кораблі), будувати дороги, створювати наукові праці про навколишній світ. Мандрівники давнього світу користувалися картами та описами різних країн. Узагальнено досвід мандрівників епохи Античності в «Географії» Страбона, де в 17-ти книгах було упорядковано географічні знання. «Історія» (в 9-ти книгах) Геродота теж містила інформацію про культуру і географічні особливості Північної Італії, Малої Азії, Єгипту, Вавилону, Північного Причорномор'я.

Перші рефлексії про феномен подорожей є у творах різних філософських шкіл античності – Фалеса, Солона, Піфагора, Платона, Прокла та ін.

Після падіння Давнього Риму почалася нова культурна епоха Середньовіччя (занепад Римської імперії – початок епохи Великих географічних відкриттів (XV ст.)). У цей період домінували релігійні чинники, які істотно вплинули на характер і зміст подорожей. Саме життя людини уявляли складною подорожжю до світу Божого, а побут визначали релігійні догми, тому паломництво до святих місць та місіонерство поступово замінили пізнавальні подорожі.

Подорожі палігримів у Палестину почалися в III-IV ст., коли в Єрусалимі побудували храм Гробу Господнього, який і нині – основа святини та центр прочанства християн усього світу. У Єрусалимі є святини й ісламу та іудаїзму, що робить це місто центром прочанства світового масштабу.

Пам'яткою Київської Русі, яка збереглася до наших днів, є «Житие и хождение игумена Даниила из Русской земли», написана на початку XII ст.

Даниїл започаткував традицію описів мандрівок святими місцями Палестини, на Схід, Візантію тощо.

У часи Середньовіччя важливу роль у розвитку мореплавства та географічних досліджень відігравали араби. Арабські суднобудівники будували міцні та швидкоплавні судна, які вмщували багато вантажу. Вони освоїли Середземне море, береги Атлантики від Марокко до півночі Піренеїв, упродовж століть володіли значними територіями. Абу Ібн Баттута із Танжера (Марокко) у XIV ст. побував майже в усіх країнах тодішньої Азії та написав про це книгу «Подорожі Ібн Баттуті», де вміщено великий історичний, географічний та етнографічний матеріал.

На період Великих географічних відкриттів вплинули соціокультурний чинник (розвиток науки, культури) і економічний пошук нових ринків збуту та сировини.

Епоха Відродження в історії подорожей збіглася з епохою Великих географічних відкриттів. Історики поділяють її на два етапи:

- *іспано-португальський період* (кінець XV – середина XVI ст.). У цей час було відкрито Америку; португальці здійснили плавання до берегів Східної Азії та Індії (експедиція В. да Гами); завершився період навколосвітнім плаванням Магеллана;

- *російсько-голландський період* (середина XVI – середина XVII ст.). Єрмак та С. Дежнев плавали всією Північною Азією, голландські мореплавці – Тихим океаном, а англійці – відкрили Австралію.

Значення подорожей епохи Відродження полягало в тому, що було відкрито нові землі та морські шляхи до них; виникла світова торгівля; почався культурний та економічний обмін між різними країнами та народами; подорожі стали більш організованими; вдосконалили транспортні засоби та розвинули інфраструктуру для подорожуючих.

У межах нової гуманістично спрямованої культури змінювалися мотивація і географія подорожей. Центрами культурного паломництва людини епохи Просвітництва стають місця зосередження пам'яток історії, культури та архітектури, набуває популярності подорож як приємне проведення вільного часу.

У Новий час подорожі стали засобом здобуття знань і розширення меж освіти. Англійський філософ Ф. Бекон у творі «Про подорожі» вказував, що подорожі корисні в будь-якому віці: в юності – слугують «доповненням освіти», а у зрілі роки – «поповненням досвіду». Головною метою пізнання в подорожах є «не заміна звичаїв Батьківщини чужоземними, а збагачення їх найкращим з того,

чому навчився на чужині». Традиція подорожувати забезпечувала дворянським дітям статус освіченості.

В епоху Відродження в Європі відкрилися перші університети, зокрема Болонський (XI ст.), де навчалися сотні студентів, що сприяло освітнім подорожам. Мислитель XVI ст. М. Ейкем (Монтень), який багато подорожував і пережив захоплюючі пригоди, зазначав, що позбавлення можливості подорожувати було б обмеженням його свободи.

Просвітництво в Західній Європі тісно пов'язане з Відродженням – добою, коли відбулося переосмислення цінностей, розквітло вільне мислення.

Отже, мислителі Нового часу вважали подорожі необхідним елементом активного соціального життя, проявом людської свободи. Земля фактично перетворилася на «Планету подорожуючих».

Накопичувала знання про подорожі та намагалася їх осмислити і українська культурна традиція того часу. Мандрівники відвідували країни Західної Європи, Близького Сходу, Центральної і Південної Азії, подорожували територією України і залишили писемні туризмознавчі пам'ятки. Життєвим кредо мандрівного філософа Г. Сковороди було: *«Жити – значить мандрувати»*. Він пішки обійшов усю Слобідську Україну, відвідав Москву, Токай (Угорщина), Братиславу, Відень, Італію та Німеччину. Свої враження від мандрівок виклав у *«Розмові п'яти подорожніх про істинне щастя в житті»*.

Письменник В. Григорович-Барський, що провів у мандрах 24 роки свого життя і залишив щоденник під назвою *«Мандри по Святих Місцях Сходу з 1723 по 1747 рік»*, докладно описав найвідоміші святині Сходу в Єрусалимі, Назареті, Вифлеємі, біля Мертвого моря й Тиверіадського озера, на горі Фавор, на Синаї. Географічні, історичні, етнографічні та археологічні нотатки переплітаються з розповідями про монастирі, храми, культові обряди, притулки для прочан, моці, чудотворні ікони, переказами апокрифічних легенд.

Із розвитком індустріального суспільства, поліпшенням шляхів сполучення, появою залізничного транспорту та пароплавства подорожі набувають форми організованого, активного відпочинку і отримують власну назву – туризм. Поступово формується наука про цю діяльність.

3.3. Становлення та етапи розвитку науки про туризм

У процесі становлення туризмології як наукової дисципліни виокремлюють два періоди.

Перший період (передтуризмологічний) охоплює доіндустріальну епоху соціально-економічного розвитку суспільства. Це численні приклади осмислення подорожей філософами, мореплавцями, торговцями та іншими мандрівниками доби Античності, Середньовіччя, Великих географічних відкриттів. Туризмологів насамперед цікавлять документи, які містять зразки вдумливого спостереження і оцінки мандрівок, інформацію про виникнення елементів туризму.

Другий період (поява та розвиток туризму як суспільного феномену) збігається зі становленням індустріального суспільства та його переходом до постіндустріальної фази. Почав формуватися науковий підхід до аналізу мандрівництва і туристичної практики, поступово зростав теоретичний рівень їх осмислення. В межах другого періоду варто виділити кілька етапів:

1) *друга половина XIX ст. – початок XX ст.* Поява перших наукових узагальнень туристичної діяльності, розроблення опорних категорій туристичної науки;

2) *початок XX ст. і донині.* Під впливом різних чинників, зокрема урбанізації, успіхів медицини у сфері бальнеології та пропаганди цілющих властивостей гірського і приморського повітря, розвитку транспорту тощо туристичний рух починає активізуватися. Він позитивно впливає на соціально-економічну ситуацію багатьох країн, стає однією з найрентабельніших галузей господарства.

Австрійський вчений К. Шпютц у праці «Географічні умови і наслідки туризму в Тиролі» (1919) наголошував на ролі туризму у перетворенні економічних, суспільних і культурних відносин в країнах і регіонах, які приймали туристів. Французький дослідник Р. Бланшар у дослідженні «Туризм у французьких Альпах» (1924) запровадив поняття «туристична промисловість», під яким розумів експлуатацію атракцій країни, які бажають бачити іноземці. На початку XX ст. було опубліковано працю австрійського вченого Дж. Страднера «Туризм», у якій автор проаналізував позитивний вплив туризму на економічний розвиток регіону. Він уперше звернув увагу на проблему туристичного районування, наголосив на необхідності дослідження визначних місць природного і антропогенного походження, які формують туристичну привабливість територій. У 20-ті роки з'явилися наукові дослідження, присвячені історичному аспекту туризму, зокрема праця німецького вченого В. Лінднера «Про подорожі у стародавні і нові часи».

Інтерес до теоретичних рефлексій туризму спостерігали в соціо-гуманітарній науці у 30-ті роки XX ст. Актуальною стала проблема історичної та

географічної природи відпочинку. Географи збагатили туризмознавство описовими роботами як з питань внутрішнього туризму, що розвинувся завдяки автомобільній індустрії, так і міжнародного.

Почали формуватися національні туризмознавчі школи: австрійська (П. Бернекер, Дж. Страднер, К. Шпютц, Р. Енгельман), німецька (В. Нарштедн, А. Грюнталь, Г. Вегенер, Р. Глюксман, А. Кох), британська (З. Бауман, Д. Пірс, Дж. Суорбрак, Е. Коен, Дж. Ленгкік), данська (Н. Лейпер), швейцарська (К. Крапф, В. Хунцікер, Д. Криппендорф, С. Каспар), французька (Р. Бланшар, М. Байер, П. Деферт, Ф. Франжіаллі, С. Перро, Ж.-М. Оернер), польська (С. Лещицький, К. Лібер, К. Пшецлавський, І. Енджейчик), болгарська (М. Бочваров, Л. Дичев, М. Нешков) та ін.

Теоретичні засади науки про туризм (зміст, об'єкт дослідження і структуру) сформували британські дослідники Е. Коен та Дж. Ленгкік. Британський вчений Д. Неш у роботі «Антропология туризма» розглянув його як дієвий засіб формування особистості, специфічну систему виробництва і споживання туристичного продукту, в процесі яких відбуваються позитивні трансформації всіх учасників туристичної діяльності. Новий погляд на туризм сформулював британський соціолог З. Бауман. Характеризуючи суспільство споживання, автор наголосив, що туристи дедалі частіше опиняються в стані погоні за задоволенням своїх бажань, а туристична діяльність все більше націлюється на виробництво нових атракцій. Через призму цих процесів досліджуються нові ознаки сучасного туризму.

На початку 30-х років ХХ ст. почала формуватися північноамериканська туризмознавча школа. Дослідники зосередилися на економічних проблемах розвитку туризму, особливо після закінчення економічної кризи. Саме американські туризмознавці почали першими вивчати природоохоронну тематику. Найвідомішими представниками американського туризмознавства того часу були К. Мак-Мері і Р. Браун. Багатопланові дослідження туризму здійснюють сучасні американські соціологи Д. Мак-Кеннел і Н. Грабурн. Вони аналізують туризм як новий тип соціального простору, освоєння якого допомагає отримати нові відчуття, здійснити особисті відкриття.

У середині 70-х років ХХ ст. розпочався процес теоретичного осмислення туристичної діяльності у Радянському Союзі. На тлі зростання рекреаційних потреб принципово нового характеру набули дослідження діяльності людей у вільний час. Почалося теоретичне обґрунтування гуманістичних, економічних, управлінських та інших аспектів рекреаційної діяльності. Наприклад, у

монографії «Теоретичні основи рекреаційної географії», підготовленій співробітниками Інституту географії Академії наук СРСР під керівництвом В. Преображенського, рекреаційна географія була представлена як галузь не фізичної, а соціальної географії. Запропонована соціально-географічна система формувалася із взаємопов'язаних елементів: груп відпочивальників, природних та культурних комплексів, технічних споруд, обслуговуючого персоналу та органів управління. Центром системи була особистість, відповідно, розвиток рекреаційної системи розглядався через призму потреб людей у відновленні їхнього здоров'я і працездатності.

Розвиток рекреаційних територій у СРСР початку 70-х років ХХ ст. зумовив появу аналітичного дослідження Є. Котлярова «Географія відпочинку і туризму: формування і розвиток територіальних рекреаційних комплексів». У праці було сформульовано принципи наукової організації рекреаційного господарства та раціонального природокористування. Автор теоретично обґрунтував засади формування територіальних рекреацій, класифікував їх за типами і функціональним призначенням.

Свій внесок в осмислення суті туризму зробили українські вчені. У 1980 році в Києві вийшла праця М. Крачила «Основи туризмознавства». У ній було подано широкомасштабну характеристику туризму як активної і невимушеної форми спілкування людей, що сприяє зміцненню миру та взаєморозуміння між народами, ознайомленню з культурою інших народів, глибокому пізнанню навколишнього світу, поєднанню відпочинку та оздоровлення, пізнання і вражень. Автор зосередився на класифікації туризму, його територіальній структурі підготовці кадрів, охороні рекреаційних ресурсів.

Із метою організаційного оформлення системи наукової координації туризму після Другої світової війни було створено кілька міжнародних центрів. З 1947 р. продовжувала діяти Міжнародна спілка туристичних організацій (МСОТО). За її ініціативи на початку 50-х років було організовано кілька конференцій ООН з митних і прикордонних формальностей. Для забезпечення науково-практичних досліджень у сфері туризму при МСОТО діяв Міжнародний інститут туристичних досліджень, видавали журнал «Туризм у світі», щорічник зі статистики туризму.

У 1951 р. було засновано Міжнародну асоціацію наукових експертів у галузі туризму. У її статуті зазначено, що її метою є розвиток наукових зв'язків і проведення дослідницьких робіт у галузі туризму, зміцнення дружніх контактів і зв'язків між її учасниками, розширення їхньої наукової активності, зокрема через

обмін досвідом, матеріалами і документацією, підтримання діяльності наукових інститутів та інших дослідницьких і навчальних центрів, які спеціалізувалися на вивченні туризму, організації та співробітництві в проведенні конгресів, зустрічей, засідань, присвячених науковим розробленням у галузі туризму. Ця організація видає «Туристичний журнал», а також збірники наукових праць.

У 1951 р. відкрилася Міжнародна академія туризму в Монте-Карло (Монако). Головним завданням цієї установи є наукове осмислення туризму з акцентом на розробленні понятійного апарату туристичної науки. Результати досліджень публікують у «Журналі Міжнародної академії туризму».

З другої половини ХХ ст. почали поширювати туризмознавчу наукову періодику: «Журнал туристичних досліджень» (Journal of Travel Research, 1962), «Аннали туристичних досліджень» (Annals of Tourism Research, 1973, Північна Америка), «Туристичне ревію» (Tourist Review, 1946), «Туристичний рух» (1957, Польща), «Менеджмент туризму» (Tourism Management, 1980, Європа), «Дослідження в галузі рекреації» (Tourism Recreation Research, 1977, Азія) і «Журнал туристичного аналізу» (The Journal of Tourism Studies, 1990, Австралія).

У 1966 р. у Турині (Італія) було створено Міжнародний центр з вивчення проблем туризму, його діяльність відображено в численних наукових працях.

Із січня 1975 р. на основі МСОТО почала діяти Всесвітня туристична організація (ЮНВТО, UNWTO) – найавторитетніша установа, яка відіграє провідну роль у глобальному обміні досвідом та співпраці в галузі туризму. З 1980-х років ЮНВТО розробляє і впроваджує нормативно-правову базу туристичної галузі, прогресивні наукові методи осмислення феномену туризму.

У рішенні організації визначено суть туризму як суспільно значущого феномену, науково обґрунтовано перспективи його розвитку. У доробку ЮНВТО відображено соціальну значущість туризму У матеріалах Манільської (травень 1997 р.), Гаазької (квітень 1989 р.), Монреальської (вересень 1996 р.) декларацій, прийнятих на форумах ЮНВТО, подано широкомасштабну характеристику туризму як інструмента міжнародного співробітництва, зближення між народами та чинника індивідуального і колективного розвитку. У Хартії туризму, прийнятій на VI сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО у 1985 р., відображено основні права людини на відпочинок і дозвілля.

Принциповим проривом у становленні туризмологічного знання стала поява концепції туристичної статистики (застосування математичного моделювання свідчило про набуття туризмознавством наукового статусу). Важливе значення мали рішення Міжнародної конференції ЮНВТО «Статистика подорожей і

туризму», яка відбулась в Оттаві у 1991 р. На ній було затверджено і рекомендовано для використання систему статистичних визначень, класифікацій та угруповань у галузі туристичної діяльності. Рішення конференції стали суттєвим поштовхом для наукових розвідок в цій галузі знань.

У 1999 р. у межах конференції ЮНВТО, яка відбулась у Ніцці (Франція), було розглянуто категорії економічної ефективності туризму, що дало змогу визначити місце туристичної галузі в світовій економіці.

Важливим в осмисленні суті туризму є визначення його гуманістичного спрямування. Відгуком на потребу часу став Глобальний етичний кодекс туризму, ухвалений на XIII сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО у Сантьяго у жовтні 1999 р. Основна ідея документа – посилення вигоди від розвитку туризму для населення туристичних центрів з мінімізацією його негативних впливів на навколишнє середовище та культурну спадщину. У документі сформульовано основні принципи туризму як засобу розвитку взаєморозуміння й поваги між народами, фактора індивідуального і колективного самовдосконалення, сталого розвитку, тощо.

Туризмологічна школа сформувалася і в незалежній Україні. Колектив дослідників, який очолив професор В. Пазенок, розробив такі інноваційні загальнометодологічні навчальні дисципліни, як: філософія туризму, педагогіка туризму, історія туризму, соціологія туризму, психологія туризму тощо. Туризмологічні дослідження здійснюють також вчені О. Бейдик, В. Герасименко, В. Данильчук, В. Кручек, О. Любіцева, М. Мальська, Ю. Миронов, І. Мініч, Т. Ткаченко, Е. Слободенюк, В. Федорченко, Б. Яценко та ін.

Поява туризмології стала закономірним результатом розвитку туризмознавства. Теорія туризму покликана узагальнити багатоманітний досвід туристичної практики, стати запорукою його сталого розвитку у майбутньому.

Тема 4. Філософія туризму

4.1. Філософія туризму як методологічна та концептуальна основа туризмології.

4.2. Основні розділи філософії туризму.

4.3. Філософська праксеологія туризму.

4.1. Філософія туризму як методологічна та концептуальна основа туризмології

Термін «філософія» коректно вживати лише за умов, що за його допомогою певне об'єктне явище (природне, соціальне, ментальне) характеризують у світоглядному, смислоутворювальному і ціннісному значеннях. У такий спосіб виникли і легалізувалися словосполучення «філософія природи», «філософія техніки», «філософія освіти», «філософія медицини» та ін. У сучасній літературі трапляється довільне застосування предиката філософія: «філософія інформаційної епохи», «філософія захисту навколишнього середовища», «філософія грошей» тощо; поширилося словосполучення «філософія менеджменту». Однак призначення філософії у її класичній і сучасній формах полягає в тому, щоб її засобами і можливостями визначати для людей життєві смислоутворювальні орієнтири, залучаючи їх до світу мудрості. Філософія виявляє і формулює у теоретичних концепціях «вічні» інваріантні засади людського світовідчуття, світорозуміння і світоставлення. Актуальне завдання філософської культури – обґрунтовувати методологію пошуку рішень дедалі складніших проблем людського буття у світі, який стрімко змінюється («гераклітівський потік»), озброювати особистість у пошуку нових сенсів існування.

Діапазон вживання філософських визначень для пояснення різноманітних реалій суспільного життя та людської діяльності останнім часом суттєво розширився. Якщо наприкінці XIX і в першій половині XX ст. науки про людину і суспільство вважали повністю відокремленими від філософії, то сьогодні відбувається їхня своєрідна «рефілософізація», що спричиняє зміни відносин між самими науками про людину і суспільство. Особливо це стосується такої галузі філософської теорії, як соціальна філософія та її відносин з іншими соціогуманітарними науками. У цьому контексті цілком правомірна проблема «філософії туризму». Вона постає як методологічна основа теорії туризму.

Розвиток сучасного туризму відбувається паралельно з глобалізацією. За прогнозами ЮНВТО, у 2030 р. світова спільнота мандрівників нараховуватиме 1,8 млрд людей. Образний вислів французького філософа Г. Марселя «*homo viator*» (людина мандруюча) влучно доповнює вже усталені іпостасі людини як істоти, яка творить (*homo faber*), діє (*homo agens*), розважається (*homo ludens*). Визначення людини як мандрівника ключове для розуміння такого феномену цивілізації, як туризм. Будучи характеристикою одного зі способів людського буття, що набуває інституціонального оформлення і суспільної легалізації, туризм виростає із практики подорожей, мандрівок, відвідувань, паломництва, історія яких сягає сивої давнини.

Потреба у подорожах – одна із визначальних ознак ментальності особистості. Історія людства – це літопис прокладання та освоєння караванних шляхів, паломництва до святих місць, мореплавань, відкриття нових земель. Філософи здійснювали тривалі подорожі заради пізнання світу, пошуку істини. У подорожжях та філософії багато спільного – подив, бажання збагнути і пізнати навколишній світ, Всесвіт загалом, його закони і суть. І раніше, і тепер, зазначав Арістотель, подив спонукав людей до філософствування. Подорожі збагачували життєвий досвід допитливих людей, уможливлювали їхнє входження у світ іншої культури. Піфагор створив «філософію чисел» під враженням вчення не тільки давніх грецьких мислителів, а й містерій Давнього Сходу, він подорожував до Єгипту, Фінікії та Сирії.

Чимало античних мудреців відвідувало Україну. В десятій пісні «Одіссеї» Гомер описує старовинний кримський мис Фіолент (м. Балаклава). Припускають, що тут був розташований легендарний храм Діани. Свідчення про відвідування цих міст є у Страбона, Плінія, Овідія та Гесіода. У 1474 р. топонім Балаклава згадував мандрівник Афанасій Нікітін.

На становлення філософії подорожей вплинули мандрівники періоду Ренесансу. У середовищі купців та підприємців, які торували нові географічні шляхи з Європи на Схід, Південь, у Малу Азію, арабські країни, формувалися яскраві індивідуальності. Такою непересічною особистістю був український філософ Г. Сковорода. Він пішки обійшов всю Слобідську Україну, був у Москві, Токаї, Братиславі, Відні, Італії та Німеччині. Свої враження від мандрівок Сковорода висловив у «Розмові п'яти подорожніх про істинне щастя в житті» («Товариська розмова про душевний мир»).

На якісній відмінності туристів (тих, хто подорожує вільно, свідомо) від бродяг, волоцюг, фланерів, які переміщуються стихійно, керуючись бажанням

«переміни місця», наголошував англійський філософ і соціолог З. Бауман: *«Турист бажає зануритися в незнайому, екзотичну атмосферу (приємне, збуджуюче, омолоджуюче відчуття, нібито вас тягнуть морські хвилі)»*. У туриста є точка відліку його мандрівних траєкторій – його дім, а бродяга не має конкретного пункту призначення.

Туристам властива конкретна мотивація – пізнання, відпочинок, розвага, оздоровлення, паломництво, ознайомлення з культурними пам'ятками тощо. Виникнувши як організовані поїздки переважно з культурно-оздоровчими цілями, туризм перетворився на масове явище глобального масштабу, набув різноманітних форм і проявів. Наприклад, наприкінці ХХ ст. постав такий незвичайний різновид туризму, як «віртуальна подорож»; розвиваються екологічний туризм, підводний, палеонтологічний, спелеологічний, подієвий (фестивальний), військовий, навіть космічний. Вибагливому заможному туристові турагенції охоче запропонують відвідування селищ аборигенів Бразилії, ночівлю під містами Сени у компанії паризьких клошарів, подорож на повітряній кулі або відвідини зруйнованого реактора Чорнобильської АЕС. Основою всіх цих пригод є, крім інших, гедоністичні мотиви. Чимало мислителів минулого вважали, що саме прагнення до задоволення – мотив усіх людських дій (епікуреїзм).

Розширення туристичної діяльності і насиченість технологічними винаходами не позбавляють туризм його антропологічного змісту. Філософія туризму – це насамперед філософське осмислення людини, яка переживає туристичні події. Отже, філософський погляд зумовлює перегляд традиційного розуміння туризму як індустрії подорожей та відпочинку, надання йому ширшого людського виміру. Це передбачає зосередження на світоглядному, культурному, гуманістичному, пізнавальному, етичному, естетичному, комунікативному значеннях туризму як соціального інституту і феномена загальнолюдської культури. В цьому аспекті головним об'єктом туризмознавства є особистість, що подорожує, світ її інтересів, бажань прагнень, ціннісних орієнтирів і насамперед свободи.

4.2. Основні розділи філософії туризму

Для формулювання філософського погляду на туризм необхідно визначити його суть у понятійний спосіб, представити його категоріально, концептуально. Це складне завдання, адже туризм – мультиструктурне багатofакторне явище суспільного життя, що зумовлює відповідну теоретичну архітектуру. Туризм

водночас є однією із найбільших та найдинамічніших індустрій світу, розгалуженою соціальною службою, що надає робочі місця сотням мільйонів людей, системою різноманітних подорожей та екскурсій, формою рекреації, основаної на антропоекологічній парадигмі, своєрідним способом життя, хобі, засобом одержання насолоди тощо.

Туризм – дуже складний багатоаспектний соціальний феномен, тому жодна соціогуманітарна наука не здатна вичерпно охарактеризувати його як предмет власних досліджень. Теорія туризму (туризмологія, туризмознавство, туризмометрія, туризмографія) має у системно-структурному вигляді відобразити всі складові цього феномену.

Структурними підрозділами філософії туризму, крім історичного, є онтологія, феноменологія, екзистенціологія, антропологія, аксіологія туризму. Філософське осмислення туризму також передбачає його дослідження в соціологічному, екологічному та культурологічному (в широкому сенсі) аспектах.

Онтологія туризму. У філософії туризму виокремлюють насамперед її онтологічну частину, тобто вчення про туризм як різновид соціального буття, суспільну реальність, її загальні характеристики (сутнісні, просторові, часові тощо), закономірності прояву та розвитку. Онтологія туризму є першим, вихідним розділом, який розглядає фундаментальні природні та суспільні основи буття туризму, найбільш загальні сутності, категорії, ідеалізовані об'єкти і модель, а також закономірності розвитку цієї сфери. Соціальна онтологія туризму виявляє загальну логіку (логос) становлення, відтворення і оновлення різноманітних форм туристичної практики, її проблемність, «вплетеність» у суспільне життя, місце туристичного процесу в соціальній динаміці загалом. Соціальна онтологія є методологічним фундаментом формування «туристичної» теоретичної свідомості, уможлиблює вироблення світоглядних спрямувань цієї свідомості та відповідне спрямування діяльності суб'єктів туристичної практики.

Феноменологія і герменевтика туризму. Відображення соціального буття туризму у філософський спосіб зумовлює те, що філософія туризму стає своєрідною соціальною філософською феноменологією. Феноменологія – вчення про феномени, явища, які виявляють себе у досвіді, чуттєво сприймаються, на відміну від ноуменів (сутностей, які пізнаються розумом). Вона пов'язана з онтологією. Центральною категорією феноменології є «життєвий світ» – світ безпосереднього життєвого досвіду. Життєвий світ завжди індивідуально суб'єктивний і зумовлений зорієнтованістю людини на певні об'єкти (інтенціональністю). Джерелом її феноменологічного знання є власний

культурний досвід, який здобутий у результаті «зустрічі» з досвідом «іншого» та «інших» (крос-культурна та міжсуб'єктна комунікація). Внаслідок цих «зустрічей» у свідомості формуються смислові значення, уявлення. Їх розуміння дає змогу туристичній (туризмологічній) свідомості осягнути навколишню та суспільну дійсність

В осмисленні світу подорожей і життєвого світу загалом особливу роль відіграє філософська герменевтика. Герменевтика – мистецтво тлумачення, вчення про розуміння, сенс інтерпретації (пояснення). Герменевтичні процедури сприйняття і розуміння цінностей культури, які трапляються мандрівнику, – неодмінна складова філософської туризмології. Під час екскурсій, відвідувань чи походів турист як особистість не лише спостерігає і слухає розповіді та пояснення, а й самостійно «розшифровує» зміст пам'яток історії, шедеврів архітектури, витворів природи, освоює їх. Пізнаючи «світ іншого», артефакти його середовища, він уявляє і осмислює багатогранність культурного і туристичного простору, визначає особливості свого перебування в ньому.

Герменевтичний потенціал туристичної діяльності – це освоєння цінностей культури, яке здійснюється впродовж туристичних подорожей засобами особистого усвідомлення, витлумачення та інтерпретації (розшифрування, розкодування сенсів).

Туристична екзистенція. Засобами туризму людина демонструє притаманну їй можливість «іншого», відмінного від звичного (рутинного) способу свого існування. У такий спосіб туризм набуває екзистенціального виміру. Екзистенціалізм порушує важливі проблеми – сенс життя, умови реалізації людської сутні. Екзистенціальна теорія наголошує, що існування – це завжди індивідуальне життя, сповнене очікувань, надій, сподівань, переживань, які утворюють життєвий світ особистості. Людина самореалізується завдяки своїй здатності «виходити за межі» наявних життєвих ситуацій. Мандрівка – завжди вихід у новий світ, за межі звичного існування, тому екзистенціалізм органічно вписується у туризмологічну проблематику. Методологічно значущою є така екзистенціальна подія, як зустріч із незнайомими людьми, природними ландшафтами, культурними пам'ятками. Події зустрічі з усіма притаманними їй моментами (підготовкою, випадковістю, непередбаченістю, несподіванкою, осмисленням значення, приємними чи неприємними спогадами) – знакові компоненти подорожування. Туристична екзистенція – це такий спосіб буття, в якому постає і збагачується індивідуальність людського буття.

Антропология туризму. Туризм насичений філософським, гуманістичним

змістом, розвиває і збагачує особистість. Цілющий вплив подорожей безпосередньо або опосередковано відчують як професійні діячі туристичної справи, так і пересічні учасники туристичних подій. Усі вони так чи інакше причетні до створення світу цивілізованого співжиття, в якому людина – законний житель або господар. Ступінь цього усвідомлення, відчуття випадковості чи закономірності перебування у світі значною мірою залежить від суб'єкта туристичної дії – функціонера, менеджера чи відвідувача, мандрівника, звичайного туриста, їхнього життєвого досвіду, культури, освіченості, мотивації діяльності, матеріальних можливостей тощо. Однак, як свідчить практика, незалежно від мети подорожі турист отримує приємні враження від зустрічей з історією, культурою та звичаями інших народів і країн. Позитивні емоції зазвичай переважають, порівняно з незручностями.

Аксіологія туризму. Аксіологічний аспект туристичної діяльності є вагомим детермінантом філософії туризму. Результатом навіть короткотермінових поїздок є поглиблення уявлень про власні та чужі цінності. Залежно від наслідків міжлюдських контактів корегуються ціннісні орієнтації індивіда, змінюються уявлення про «інший» спосіб життя. Важливого філософсько-гуманістичного значення внаслідок ціннісного опанування світу набуває формування комунікативної культури особистості. Наприклад, паломництво до святих місць – це не лише відвідини святині, а й формування в учасників паломницької групи своєрідної культури спільноти, до якої долучаються різні люди. Туристичні комунікації дають змогу досягти невимушеного, добровільного спілкування, ґрунтованого на довірі, ширості, добродійності. Туризм допомагає долати конфлікти. Великим гуманістичним потенціалом володіють соціальний, родинний, молодіжний, релігійний, ностальгічний туризм, подорожі для людей «третього» віку, людей з обмеженими можливостями. Антропологічна та аксіологічна функції філософії туризму наголошують, що головною діючою особою туристичної події є людина, яка вільно, невимушено самореалізується, на відміну від людини політичної чи економічної, яка зобов'язана виконувати конкретну функцію.

Етика туризму. Важливою складовою філософії туризму є його моральний компонент. Етика туризму – форма професійної (прикладної) моралі для тих, хто фахово займається цим видом суспільної діяльності. Про певні моральні норми і межі, в яких має розгортатися туристична діяльність, люди почали замислюватися ще до появи феномена туризму. У поведінці туриста і фахівця туристичної справи (туроператор, турагент, керівник туристичного підприємства тощо) морально-

психологічні якості мають важливе значення. Туристичний бізнес як форма суспільної діяльності має бути гуманістично спрямованим і соціально відповідальним не за формою, а за суттю.

Соціологія туризму. За умов широкої демократизації суспільних відносин загострюється проблема так званого соціального туризму, молодіжного та дитячого. Суть соціального туризму нерідко визначають відповідно до суспільного статусу основного контингенту його учасників – це можливість забезпечити рекреацію (відновлення) людини внаслідок надання мінімального «необтяжливого» набору туристичних послуг. Однак таке його розуміння звужує діапазон соціального туризму, збіднює його зміст. Цей вид туризму доцільно розглядати в контексті завдань та цілей соціальної політики як діяльності соціально орієнтованої держави і суспільства загалом. Перехід від спрямування на елітарний туризм до зацікавленості в розвитку недорогих, масових видів туризму не тільки сприятиме реалізації демократичних прав людини на змістовний відпочинок, а й забезпечить збільшення туристичних потоків, що, зі свого боку позитивно позначиться на бюджеті району, міста, країни загалом. Соціальний туризм особливо привабливий для людей похилого віку і осіб з особливими потребами.

Екологія туризму. Важливою складовою філософії туризму є її екологічний компонент. Зростаючий тиск турпотоків на природне довкілля набуває загрозливого характеру. Екологічний туризм (екотуризм) здатний, з одного боку, забезпечувати поступальний і сталий розвиток туризму загалом з мінімізацією шкідливих наслідків, а з іншого – узгоджувати життєві потреби теперішніх і майбутніх поколінь, насамперед потребу у здоровому середовищі проживання. У сфері екотуризму перетинаються соціоекономічні та культурні інтереси і попити міського та сільського населення, формується нова парадигма відповідального ставлення до свого життя і життя нащадків.

4.3. Філософська праксеологія туризму

Теоретичне осмислення туризму не обмежується з'ясуванням філософських аспектів цього феномену. Невід'ємною складовою туризмології є *праксеологія туриста* – теоретичне усвідомлення, осмислення та наукове узагальнення практики управління суб'єктів туристичних подій. Праксеологічну функцію туризму фахівці вважають домінантною.

Праксеологія як теорія організування практичної діяльності та управління

покликана в узагальнений спосіб осмислити проблеми, зумовлені потребами практики: раціональне спрямування праці, вироблення ефективних нормативних систем дії з урахуванням конкретно-історичного соціокультурного контексту, розроблення системи категорій, за допомогою яких можна осмислити конкретну сферу людської діяльності, тощо. Сучасна практика туризму, зокрема менеджменту та маркетингу в галузі виробництва і продажу туристичного продукту, потребує вдосконалення саме організаційних засад своєї роботи.

Основою праксеологічного опанування дійсності, зокрема засобами туризму, є прагматизм як метод, зосереджений на конкретності, фактах, вчинках (користь). Прагматизм диктує підхід до організування мандрівок, круїзів, подорожей тощо. Практисеологія як загальна методологія вивчає способи діяльності з погляду її ефективності.

Однією з основних праксеологічних функцій туризму є підприємницька, бізнесова. Економічна доцільність, її еквіваленти (гроші, прибуток, корисність) стали головним стимулом цілеспрямованої активності туристичного підприємства, кампанії, фірми.

Суперечністю праксеології загалом і туризму зокрема є протистояння між прагмою (вигодою, користю) як метою діяльності та мораллю як «обмежувачем», стримувачем користоловства. Прагматичне підґрунтя праксеології не позбавляє її етичного змісту. Опоненти прагматизму звинувачують його в абсолютизації вигоди, користі. Однак здоровому прагматизму властиві соціальні та моральні мотиви, притаманні невульгаризованій праксеології як загальній теорії раціональної діяльності. Саме класична праксеологія ініціювала виникнення новітньої гуманістичної версії практицизму та неопрагматизму.

Праксеологія як філософська концепція діяльності є теоретичним підґрунтям моделювання стратегічного розвитку туризму, розроблення програм його ефективного функціонування та генеральних планів удосконалення. Вона стосується філософських аспектів менеджменту маркетингу. Практисеологія туризму – це технологія ефективної діяльності фахівців. Вона пропонує методики аналізу різноманітних дій або їхньої сукупності, прагнучи забезпечити їхню кінцеву результативність та успішність. Особливо важлива в загальному контексті праксеології актуалізація творчого (інноваційного) потенціалу фахівців галузі туризму.

Тема 5. Географія туризму

5.1. Наукові засади географії туризму.

5.2. Розвиток і трансформація предметної суті географічних досліджень туризму.

5.3. Суть сучасної географії туризму.

5.4. Базові концепції географії туризму.

5.1. Наукові засади географії туризму

Географічні дослідження туризму спираються на розуміння туризму як суспільного явища в усій багатогранності його зв'язків у системі «суспільство-природа».

Туризм як активна форма рекреаційної діяльності населення призначений для відновлення сил людини, її оздоровлення і відпочинку, інтелектуального саморозвитку, тому першочерговими його функціями є рекреаційно-оздоровча, просвітницько-виховна, культурологічна; соціальна та екологічна спрямованість – це імперативи туристичної діяльності, а економічна ефективність індустрії туризму є результатом діяльності з обслуговування туристів, задоволення їхніх мотиваційних потреб. Саме в такій послідовності і в такому трактуванні географія розглядає туризм як об'єкт дослідження спеціальної галузі географічних знань – географії туризму.

Туризм, властивий частині населення як форма проведення дозвілля, спирається на ресурси середовища (природного та суспільного), стан і якість якого відіграють провідну роль. Туристична діяльність (в широкому сенсі цього поняття) передбачає безпосередні зв'язки людини з довкіллям (самодіяльний туризм, активні форми туризму, пов'язані з фізичними навантаженнями на організм людини тощо) та опосередковані діяльністю організаторів туризму, які формують турпродукт і забезпечують його споживання в певному місці або в процесі переміщення.

Географічні дослідження туризму формуються на «перехресті» багатьох загальнонаукових підходів, але найчастіше використовують такі: системний, діяльнісний, хронологічний, хорологічний та технолого-детерміністський.

З огляду на місце і роль туризму в суспільному житті, на те, що це явище іманентне суспільству на певному етапі його розвитку і зростає з інтелектуалізацією людської практики, до трактування географічної суті туризму,

визначення його місця в системі географічного та туризмологічного знання можна застосувати *геосистемний підхід*, у межах якого вивчають багатогранність взаємозв'язків та взаємодій у системі «людина (суспільство) – природа (довкілля)».

Геосистемний підхід озброює знанням про системний характер рекреаційно-туристичної діяльності та її системоутворювальну роль під час формування форм геопросторової організації туризму.

Діяльнісний підхід допомагає визначити функціональний характер об'єкта дослідження, його внутрішні та зовнішні зв'язки, механізми узгодження самоорганізації туристичного руху і управління ним; сформуванню уявлення про просторово-інтегрувальну роль циклів рекреаційної діяльності в задоволенні туристичних потреб і формуванні мотивації до подорожування, вибірковості туристичної діяльності щодо елементів географічного простору (природних і суспільних).

Хронологічний підхід сприяє формуванню поняття про зміни форм просторової організації стійких рекреаційних циклів при різних часових масштабах, розкриттю процесів функціонування і еволюції простору, його стійкості та мінливості під впливом рекреаційно-туристичної діяльності. *Хорологічний (просторовий) підхід* пов'язує туризм із географічним простором в усій багатоманітності його проявів, специфічному поєднанні континуальності та дискретності.

Технологічно-детерміністський підхід дає змогу простежити, як технологічні зміни, зумовлені об'єктивними процесами науково-технічного прогресу та глобалізації, впливають на розвиток рекреації та туризму, мотивацію споживачів і цикли рекреаційних занять, корелюючи з умовами середовища (природного, суспільного) розвитку туризму як на територіях рекреаційної спеціалізації, так і на новоосвоєних.

Розвиток науково-технічного прогресу зробив туризм геоторіальним, поширивши його не тільки на території, а й на акваторії і аероторії, у космічний простір. З огляду на це постала проблема розвитку насамперед теоретико-методичного апарату географії туризму, який би адекватно відображав потреби його практики. Це стосується і загальної проблеми формування туризмології, оскільки динамічний розвиток туризму потребує його осмислення на теоретико-методологічному рівні, а необхідність відповідати імперативам сучасності – сучасних методик, які поєднуюватимуть теоретичні положення з практикою діяльності, озброюючи практиків термінологічно-категоріальним апаратом,

методологією дослідження, відповідними проєктними і прогнозними розробленнями. Туризмологія як комплексний напрям, у межах якого синтезуються знання різних галузевих наук, має виробити власний науковий метод пізнання об'єкта, бо саме це свідчить про зрілість та сталість науки (наукового напрямку). Туризмологія має забезпечувати наукові основи туристичної практики, починаючи з державної туристичної політики і закінчуючи проєктом функціонування конкретного рекреаційно-туристичного об'єкта. Визначальну роль в туризмології має відіграти можливість опрацювання нових ідей, підходів та методів на основі досягнень тих наук, об'єктом дослідження яких є туризм, зокрема географії.

5.2. Розвиток і трансформація предметної суті географічних досліджень туризму

Туризм як суспільне явище розвивається в системі просторово-часових координат, просторово-часового континууму й характеризується сутнісними, ціннісними, діяльнісними, хронологічними та хорологічними властивостями, має якісні та кількісні ознаки. Географія туризму однією з перших обрала його об'єктом дослідження тоді, коли він з індивідуального подорожування переростав у масове явище, тобто із XIX ст. Протягом майже двох століть розвитку знання про туризм предмет географії туризму трансформувався відповідно до потреб об'єкта.

У розвитку географічних досліджень туризму виокремлюють такі етапи:

1. Ресурсно-інформаційний етап (із середини XIX ст. – до середини XX ст.), коли основна увага дослідників концентрувалася на пошуку і означенні унікальних природних об'єктів і можливості їхнього комплексного використання для розвитку форм насамперед активного туризму як такого, що превалував у той час. Основними були комплексні дослідження території з особливою увагою до природи, зокрема з метою виявлення бальнеологічних ресурсів (передусім мінеральних вод) для розвитку курортної діяльності з оздоровлення та лікування. Тоді з'явився термін «географія іноземного туризму», вперше застосований вченим Й. Страндером у 1905 р.

2. Інфраструктурно-господарський етап (60-80-ті роки XX ст.), пов'язаний з розвитком масового туризму і необхідністю розбудови його матеріальної бази та інфраструктури. Географічна наука, зокрема така її галузь, як рекреаційна географія, стала теоретичною і методичною основою формування

територій рекреаційно-туристичної спеціалізації – територіальної структури туризму, представленої курортами, туристичними центрами та іншими елементами, спрямованими на забезпечення рекреаційної діяльності населення. Основою цих напрацювань та їхнього практичного втілення в процесі розбудови туристичної інфраструктури в радянський час була розроблена В. Преображенським категорія «територіальна рекреаційна система» (ТРС). Відповідно розвинулася рекреаційна географія – особлива галузь народного господарства, покликана організовувати обслуговування працівників у позаробочий час, за межами постійного місця проживання, частиною якої стала географія туризму.

3. Ринковий етап (кінець ХХ – початок ХХІ ст.), пов'язаний з переорієнтуванням туризму на ринкові форми функціонування, зосередженням уваги на економічній ефективності діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг. Географія туризму в цьому контексті сформувала розуміння індустрії туризму як міжгалузевого комплексу, діяльність якого спрямована на задоволення диверсифікованих потреб населення у проведенні вільного часу в подорожах, на основі теоретико-методологічних напрацювань суспільної географії з міжгалузевих комплексів (О. Шаблій, С. Іщук та ін.). На підставі системного підходу і вчення про територіальні виробничі комплекси було розроблено структуру індустрії туризму у складі виробничо-функціональної, територіально-господарської та інституційно-організаційної підсистем, оскільки комплекс, за суспільно-географічним підходом, є формою функціонування системи, яку характеризують тісними внутрішніми зв'язками та взаємодіями (О. Любіцева). Такий підхід є перспективним і досі під час розроблення категорії «дестинація», основою якої може стати кластер рекреаційно-туристичної діяльності як поєднання складових індустрії туризму на конкретній території певного ієрархічного рівня і формування територіально-виробничого комплексу рекреаційно-туристичної діяльності певного рівня. Він найактуальніший серед пріоритетів географії рекреації і туризму на сучасному етапі як у теоретичному, так і в практичному аспектах.

З огляду на реалії динамічного розвитку туризму в умовах глобалізації необхідне переосмислення попередніх теоретико-методологічних принципів його географічного дослідження, що призводить до розширення предметних меж і рекреаційної географії, і географії туризму.

4. Збалансований (сталий) розвиток як перспективний етап першої половини ХХІ ст. Він передбачає таке організування туристично-рекреаційної

діяльності, яке забезпечить її життєздатність протягом тривалого часу, не зумовить деградації або зміни навколишнього природного та соціокультурного середовища, в якому вона функціонує, до рівня, що заважатиме успішному розвитку та здійсненню інших видів діяльності. Туризм має посісти належне місце в суспільній практиці як форма дозвілля, вид економічної діяльності і розвиватися на основі збалансованості інтересів: між економічною ефективністю туристичної діяльності та збереженням природного довкілля і соціокультурної самобутності народів; між бізнесом, діяльність якого спрямована на отримання максимально можливого прибутку, та місцевими громадами і державою, які мають дбати не тільки про соціально-економічне зростання, а й про збереження для майбутніх поколінь природних та соціокультурних складників туристичної діяльності, що є ресурсом для її стабільного функціонування. У цьому сенсі поняття «сталість» є економічним відображенням географічного поняття «збалансованість» («комплексно-пропорційний розвиток»), основу якого становить баланс інтересів між екстенсивною людською діяльністю (туристичною), яка прагне розширення, та екологічними і соціокультурними обмеженнями території, зумовленими принципами збалансованого рекреаційного природокористування.

Сутністю сталого розвитку туризму є формування такої системи рекреаційно-туристичного природокористування суб'єктами туристичної діяльності, яка за співвідношенням рівня, темпів та напрямів розвитку була комплексно-пропорційною розвитку економічної, соціальної та екологічної складових. Отже, географія рекреації і туризму розширює свою предметну сферу до дослідження процесів та явищ, пов'язаних з рекреаційно-туристичним природокористуванням на засадах збалансованості туристичної діяльності.

5.3. Суть сучасної географії туризму

Географія туризму наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. вивчала не тільки прикладні, а й теоретико-методологічні проблеми. Сьогодні можна виокремити кілька таких трактувань предмета географії туризму:

- наука про туристичні ресурси, їхнє поширення залежно від географічних особливостей місцевості;
- наука, що досліджує просторові форми туристичних міграцій (туристичні потоки);
- галузь географічної науки яка вивчає закономірності формування,

розміщення і територіальної організації індустрії туризму;

- міждисциплінарна галузь географічної науки, що розглядає територіальну організацію туристичної діяльності, умови та особливості її розвитку і розміщення;

- міждисциплінарна галузь географічних знань про геопросторову організацію туристичного процесу (процесу споживання туристичного продукту в процесі туристичних міграцій).

Підсумовуючи трансформацію предметної суті географічних досліджень туризму, можна дійти висновку, що *географія туризму* є міждисциплінарним напрямом географічних знань про умови і можливості території щодо збалансованого розвитку туризму, закономірності його геопросторової (територіальної) організації відповідно до дії внутрішніх та зовнішніх чинників.

Основними напрямками досліджень у сучасній географії туризму є:

- оцінювання туристичного процесу як суспільного явища і людини як його суб'єкта;

- аналіз туристичного (рекреаційно-географічного) простору та оцінювання його придатності та пристосованості до туристичного процесу;

- оцінювання рекреаційно-туристичного природокористування з метою визначення напрямів його збалансованості (економічних, соціальних, екологічних аспектів туристичної діяльності);

- визначення взаємозв'язків і взаємовпливів між рекреаційно-туристичною та іншими соціально-господарськими функціями території з метою оцінювання ролі туризму в суспільно-економічній структурі місцевості.

Географія туризму збагачує туризмологію просторовою складовою, «об'ємним баченням» туристичного процесу. Географічний чинник у туризмі відіграє ключову роль, оскільки туризм виник у зв'язку з бажанням людей ознайомитися з географічним різноманіттям. Цілі, види і форми подорожей, вибір маршруту тісно пов'язані з певними географічними районами та об'єктами, де і формується інфраструктура туризму, туристичні кластери різного рівня, утворюючи дестинації як «відгук» на туристичний попит (туристичні потоки). Саме географічні знання, їхнє поширення спонукали людей до пошуку можливостей для особистого ознайомлення з різноманітністю світу.

Географічний підхід дає змогу сформулювати такі сутнісні ознаки туристичного процесу як просторово часового явища:

- 1) *цілісність*, зумовлена специфікою туристичної послуги та процесом туристичної діяльності;

2) *циклічність*, детермінована сезонною динамікою географічної оболонки та суспільною практикою (зокрема, соціальні гарантії щодо відпусток, система їхнього надання та регулювання, формування масиву вільного часу у святкові дні тощо);

3) *лімітованість*, спричинена наявністю об'єктивних обмежень розвитку туризму відповідно до засад збалансованості (антропогенні навантаження на ландшафти, соціокультурні та психологічні навантаження на місцеве населення тощо);

4) *поліморфізм* (різноманітність ресурсної бази), який відображає об'єктивно наявну диференційованість геопростору;

5) *зональність*, зумовлена географічними особливостями природно-рекреаційних умов;

б) *регіональність*, що проявляється в неповторності місцевих умов задоволення туристичного попиту та особливостях формування індустрії туризму.

Туристичний процес стимулюється інформацією (роль її в постіндустріальному суспільстві значно зростає) про *атрактивні* (привабливі, цінні для туриста) *властивості* певних об'єктів (природних, історико-культурних), використання яких переводить ці об'єкти в туристичні ресурси – *атракції*. Спочатку саме на виявлення та оцінювання атрактивності були спрямовані географічні дослідження території, надалі посилені формуванням туристичних центрів на базі розбудови загальної та спеціальної інфраструктур. Атракції (пізніше й створені відповідно до кон'юнктури ринку і можливостей території) формують мету подорожі (наприклад, Діснейленд), а їхня концентрація на певній території локалізує туристичний процес.

Географія туризму розглядає туристичний процес не тільки як просторовий, а й як хронологічний (динаміка розвитку в часі). *Геопросторова організація туристичного процесу* – оптимізування туристичних міграцій (туристичний рух за напрямом, величиною, урегульованістю, іншими ознаками) щодо місць розташування (концентрації) рекреаційно-туристичних ресурсів (територій, придатних для рекреаційно-туристичної діяльності). Вона відображається у структурованості, типах і формах функціонування, розвитку та взаємодії туристичних ринків різних ієрархічних рівнів (макрорегіонального, національного, місцевого) у конкретних умовах. Термін «геопросторова організація туризму» застосовують під час аналізу глобальних та регіональних процесів. Аналізуючи локальні процеси, краще вживати термін «територіальна організація туризму», який точніше відображає саме територіальний підхід до

дослідження особливостей організації туристичної діяльності в конкретному місці.

Територіальна організація туризму полягає у функціональному узгодженні (технологічному, управлінському, інформаційному) діяльності структурних компонентів сфери туризму і характеризується взаємодією суб'єктів ринкових відносин у системах розселення. Дослідження територіальної організації туризму передбачає виявлення первинного функціонального елемента (суб'єкта туристичної діяльності) та просторових зв'язків (виробничих, матеріально-речових, інформаційних) між елементами, на основі яких формуються галузева, територіальна, управлінська структури, ієрархізовані відповідно до масштабів взаємодії (від топологічного до регіонального рівнів).

У процесі взаємодії формується *територіальна структура туризму*, яка відображає співвідношення туристичного процесу з ресурсами і можливостями території щодо задоволення туристичного попиту. Часто територіальну організацію трактують як дослідження територіальної структури і форм управління туристичним процесом на конкретній території з метою оптимізації туристичної діяльності відповідно до дії внутрішніх та зовнішніх чинників.

Туризм як суспільне явище охоплює низку відносин та явищ, які формуються у процесі туристичної самодіяльності населення та ринкової діяльності організаторів туризму. Розглядаючи туризм як відкриту динамічну систему, підвладну диверсифікації структурних компонентів, у географії рекреації і туризму виокремлюють такі його підсистеми:

а) *територіально-господарську*, яку формують ресурси, умови і можливості конкретної території щодо розвитку туризму;

б) *виробничо-господарську*, до якої належать суб'єкти з надання послуг гостинності (готельний, ресторанний бізнес, дозвілля), транспорту, організації подорожей, екскурсій (галузь туризму) та оздоровчо-лікувальної діяльності (курортна справа);

в) *інституційно-організаційну*, яка охоплює правове, фінансово-економічне регулювання туристичної діяльності, а також кадрове та наукове її забезпечення.

Таке компонентне утворення називають «*сферою туризму*», а в її межах виокремлюють індустрію туризму. Цю категорію розробили географи на початку 90-х років ХХ ст. (Б. Яценко, О. Любіцева, О. Бейдик), а згодом її поглиблювали і розвивали (О. Любіцева).

Індустрія туризму – міжгалузевий господарський комплекс, який є інтегрованою системою видів діяльності, об'єднаних спільною метою та

суспільним призначенням задовольняти потреби населення у проведенні дозвілля в подорожі шляхом створення та реалізації туристичного продукту. Під категорією «індустрія туризму» розуміють діяльність елементів виробничо-господарської складової сфери туризму, які й формують інтегрований вид економічної діяльності світогосподарського рівня: гостинність, транспорт, галузь туризму. Локальні поєднання суб'єктів індустрії туризму за цільовим призначенням відповідно до видів та форм туризму є *кластерами* (відповідно до туризму, гостинності, лікування тощо). Кластеризація як науковий підхід до формування територіальних утворень з метою оптимізації їх діяльності і досягнення максимально можливої за цих умов економічної (ринкової) ефективності в географії рекреації та туризму використовується і як метод територіального аналізу виробничих процесів в індустрії туризму та районування і виокремлення дестинацій.

Дестинацію визначають як напрям руху туриста до місця призначення, місце (місцевість), де споживають туристичний продукт. У практиці туризму це поняття частіше використовують у першому значенні, але друге його значення більше розкриває зміст – «якість місця», його наповнення, здатність задовольняти зростаючі та змінні потреби туриста. У такому трактуванні розроблення категорії «дестинація» стає завданням географічної науки. Одним з підходів до з'ясування суті категорії «дестинація» може бути визначення здатності приваблювати туриста та задовольняти його потреби, що не тільки зростають, а й урізноманітнюються.

Основа формування дестинації – туристичні ресурси і потенціал для їхнього нарощування (відповідно до потреб і кон'юнктури туристичного ринку). Потенціал оцінюють у таких аспектах:

- якість та придатність території для рекреаційно-туристичної діяльності;
- населення як кадрове забезпечення і споживачі місцевого продукту;
- інфраструктура як канали постачання туристів, продуктів та товарів.

У межах географії рекреації і туризму розробляють методики визначення гранично допустимих рекреаційних навантажень на різні типи ландшафтів з метою визначення режиму рекреаційного природокористування, методики оцінювання стану атракцій і оптимізування рекреаційно-туристичного природокористування. Їхнє розроблення ґрунтується на природничій складовій географії рекреації і туризму. На основі теоретико-методологічних положень природничої географії сформовано такі поняття і категорії: «рекреаційно-туристичне природокористування», «рекреаційний потенціал території», «рекреаційний

ландшафт», «рекреаційна ємність ландшафту», «рекреаційні навантаження».

Природокористування загалом визначають як ставлення суспільства до природи, яке проявляється в сукупності всіх форм експлуатації природно-ресурсного потенціалу (вивчення, освоєння, використання, перетворення) та заходів з його збереження й відтворення задля забезпечення життєдіяльності населення на певному етапі суспільного розвитку. Це процес обопільного впливу: людини на природне середовище і природного середовища на людину, який відображається взаємовідносинами продуктивних сил суспільства з природним потенціалом території.

Рекреаційно-туристичне природокористування є цілісною системою відносин людина (суспільство) – довкілля (природа), які формуються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природно-ресурсного потенціалу території (акваторії, аероторії) задля задоволення індивідуальних і суспільних рекреаційних потреб.

Екстенсивний шлях рекреаційного природокористування традиційно вибудовувався за схемою:

- рекреаційно-туристична самоорганізація населення;
- залучення територій з інтенсивною рекреаційно-туристичною самоорганізацією до сфери організованого туризму;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- формування спеціалізованих рекреаційно-туристичних комплексів та інтенсифікація рекреаційно-туристичного природокористування завдяки діяльності суб'єктів індустрії туризму;
- формування туристичних центрів та курортів місцевого, регіонального, національного чи міжнародного рівнів.

Рекреаційно-туристичний потенціал є сукупною продуктивністю розвіданих природних ресурсів та культурних цінностей території, які можуть бути мобілізовані, використані з рекреаційною метою (для відпочинку, лікування, туризму). Сукупну продуктивність розглядають як складову суспільного та природного відтворення, частиною якого є рекреація і концептуальний зміст поняття «потенціал». Її можна виміряти і оцінити, що, зокрема, зроблено для природно-рекреаційного потенціалу. Його також розглядають як здатність довкілля сприяти процесам відпочинку, лікування, оздоровлення, задовольняючи потреби людини у відновленні та саморозвитку. Концентрація потенційних рекреаційно-туристичних ресурсів на певній території може визначати її

спеціалізацію, сприяти формуванню територіальних рекреаційних систем (ТРС). Рекреаційно-туристичний потенціал території охоплює природну та культурну складові (рис. 5.1).

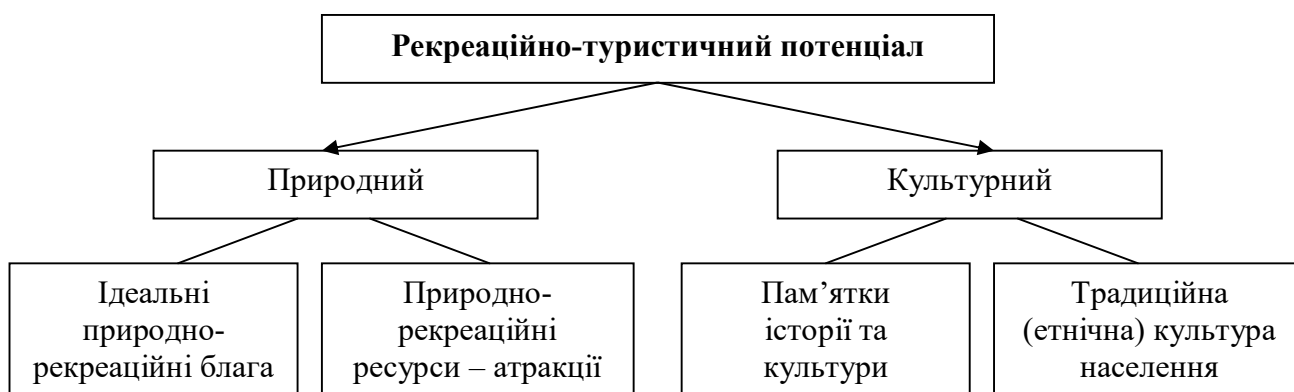


Рис. 5.1. Структура рекреаційно-туристичного потенціалу

Природно-рекреаційні ресурси, які існують незалежно від рекреаційної діяльності (сприятливий клімат, акваторії і пляжі, гори, печери, мальовничі пейзажі тощо) – це ідеальний природно-ресурсний потенціал рекреації. Частина природно-ресурсного потенціалу, задіяна для проведення дозвілля (атракції) і включена до туристичного продукту, утворює функціональну основу рекреаційно-туристичної діяльності.

Отже, господарський комплекс конкретної території є одночасно і ресурсом, і умовою розвитку індустрії туризму, а також чинником територіальної організації індустрії туризму, основою формування територіальної структури національного туристичного ринку.

До ресурсних складових території належать ландшафтні ресурси, пейзажні (естетичні) властивості ландшафтів, їхні лікувальні властивості, які формуються внаслідок сукупної дії компонентів природного походження.

Рекреаційний ландшафт – тип антропогенного ландшафту, змінений рекреаційною діяльністю людини в процесі рекреаційно-туристичного природокористування. Ознаками такого ландшафту є наявність у його структурі природно-антропогенних та антропогенних (технічних, соціальних, урбаністичних) елементів, які в сукупності формують специфічний архітектурно-ландшафтний образ території (туристичне середовище), пристосовуючи її для рекреаційно-туристичних потреб населення.

Рекреаційна ємність – рівень рекреаційного природокористування, який вказує на можливості здійснення рекреаційної діяльності населенням на певній території без деградації природного середовища та антропокультурних

комплексів. Це кількісний показник, який обчислюють як граничне рекреаційне навантаження з урахуванням психофізіологічного комфорту рекреантів.

Показник рекреаційного навантаження є співвідношенням кількості людей до одиниці площі або до потужності рекреаційного об'єкта, обчислений за відповідний проміжок часу. Його розрахунок ґрунтується на емпіричних дослідженнях стійкості ландшафтів різного типу до рекреаційних навантажень. Водночас враховують такі види антропогенних навантажень: кількість людей і транспортних засобів, які одночасно перебувають на певній території, особливості забудови рекреаційними об'єктами та їхню потужність, ритмічність використання тощо. Розрізняють оптимальне рекреаційне навантаження, що не призводить до значних порушень у природному комплексі, граничне рекреаційне навантаження, яке зумовлює порушення компонентів природного комплексу, але не впливає на здатність природного об'єкта до відновлення, та деструкційне рекреаційне навантаження, що спричиняє порушення зв'язків у природному комплексі і руйнування ландшафтів, повну втрату ними рекреаційних властивостей.

Найбільше рекреаційно привабливими є узбережжя морів, річок, озер, лісові, гірські масиви, які забезпечують різноманіття рекреаційних занять. Нестійкі та найвразливіші до контрольованої рекреаційної діяльності гірські території, які мають високу активність природних процесів.

У географії рекреації і туризму також широко застосовують метод порівняльно-географічного аналізу, визначення територіальної диференціації рівня розвитку індустрії туризму та її складових, туристичного попиту і рекреаційно-туристичного потенціалу території, метод натурних польових досліджень, ландшафтного аналізу тощо. Це свідчить про сформованість географії рекреації і туризму як самостійної географічної галузі знань, теоретико-методологічний доробок якої є вагомим складовою туризмології.

5.4. Базові концепції географії туризму

У наукових дослідженнях з географії рекреації і туризму найчастіше застосовують: концепції територіальних рекреаційних систем (ТРС), рекреаційно-географічного (туристичного) простору (РГП), сприйняття простору, периферії В. Крісталлера (теорія розташування об'єктів туризму і відпочинку); туристичної урбанізації, району (території) туристичної активності.

Концепція територіальних рекреаційних систем (ТРС). Вона є однією з перших базових концепцій, на яку спираються географічні дослідження з

туризму. Концепцію розробив професор В. Преображенський у 70-х роках ХХ ст. ТРС трактують як форму територіальної організації рекреаційної діяльності та об'єкт дослідження рекреаційної географії.

За системним підходом ТРС є цілісною, динамічною, відкритою системою, стійкість та надійність якої забезпечуються функціональною єдністю складових: відпочивальників (рекреантів), природних та історико-культурних ресурсів, інфраструктури (транспортної, гостинності технічної тощо), обслуговуючого персоналу та органів управління. Завдання рекреаційної географії полягають у виявленні та оцінюванні рекреаційних ресурсів, встановленні рекреаційної ємності та можливих граничних навантажень на рекреаційні ландшафти на основі науково обґрунтованих нормативів з метою оптимізації розвитку і функціонування ТРС.

Концепція рекреаційно-географічного (туристичного) простору (РГП).

Її розроблено у 70-80-х роках ХХ ст. за участю В. Преображенського, який дійшов висновку, що ТРС не повною мірою описує всі властиві туристичній діяльності процеси і явища. Він визначив РГП як простір рекреаційної діяльності, функціонування якого зумовлено змістом та структурою циклів рекреаційних занять, які інтегрують соціальні, технологічні та природні ритми (добові, тижневі, річні/сезонні). Рекреаційно-географічний простір є складовою географічного простору і має всі його властивості, зокрема гетерогенність, яка проявляється у різноманітності складових, нерівномірності розподілу компонентів та елементів у просторі, мінливість у часі, системність.

РГП розглядають як частину географічного простору, тобто природний, суспільний, культурний, економічний простір, у межах якого відбуваються рекреаційно-туристичні явища та процеси. Рекреаційно-географічний простір має свою структуру та внутрішню організацію, утворену первинними елементами, які визначають зміст туристичних цілей, туристичних принад і вторинних елементів, які зумовлюють чи полегшують задоволення туристичних потреб.

Первинні елементи поділяють на дві генетично окремі групи:

- складові навколишнього середовища, які мають туристичну корисність (рельєф, клімат і внутрішні води, рослинний покрив, тваринний світ);
- історично сформовані матеріальні та духовні компоненти.

Вторинні елементи – це усі споруди, устаткування технічної і організаційної інфраструктури, які допомагають туристам задовольнити свої матеріальні та духовні потреби.

Первинні і вторинні елементи свідчать про туристичну привабливість

простору.

Типологію туристичного простору дослідник рекреаційної діяльності Р. Батлер розвинув у **модель циклу еволюції туристичного простору**, в якій зроблено спробу пояснити механізм його формування та еволюції. Автор стверджує, що розвиток туристичного регіону відбувається відповідно до визначеного циклу, в якому можна виокремити певні характерні етапи:

1) *експлорацію*, яка характеризує початкову стадію розвитку туристичних явищ на визначеному просторі. Пов'язана з появою перших туристів, що приїждять самостійно, приваблені красою природи чи історико-культурними об'єктами. Кількість туристів незначна, а їх вплив на місцеву економіку та життя мешканців майже непомітний;

2) *залучення*, яке характеризує стадію активного збільшення кількості туристів. Разом із зростанням розвивається потреба у готелях, закладах харчування, транспортних послугах тощо. Частина мешканців починає надавати послуги туристам, що стає для них джерелом додаткових доходів. Розвивається туристична інфраструктура, насамперед об'єкти гостинності, формується мережа туристичних маршрутів;

3) *розвиток*, коли відбувається інтенсивне розширення матеріально-технічної бази туризму, завдяки чому місцевість набуває ознак туристичного середовища. Туристичні витрати стають одним з головних джерел місцевих доходів, а туристична функція – основною або однією з головних суспільно-економічних функцій місцевості;

4) *консолідацію*, яка характеризує вже розвинену туристичну місцевість (дестинацію). Туризм є основною статтею доходів місцевої економіки. Помітно зменшуються темпи приросту кількості туристів, обсяги туристичних потоків і попиту починають досягати граничної величини. Це змушує менеджерів туристичних центрів впроваджувати заходи, спрямовані на підтримання конкурентоспроможності (наприклад, підвищення якості послуг, промоції);

5) *стагнацію*, що відображає ситуацію, в якій відбувається реальне зменшення приросту готельних місць, а також кількості гостей, що приїждять на відпочинок. Рецепційна ємність готельної бази відповідає величині туристичного потоку. Коливання туристичного попиту є причиною того, що частина туристичних об'єктів має фінансові труднощі, які загрожують їхній подальшій діяльності. Зростання конкуренції на місцевому туристичному ринку змушує проводити модернізацію об'єктів, шукати власні ринкові сегменти. Для збереження обсягу туристичного попиту і доходів від туризму необхідне

втручання місцевої влади з метою підвищення привабливості туристичної місцевості, її промоції та залучення інвестицій.

б) *відродження туристичної функції або її занепад* залежно від того, зросте чи зменшиться внаслідок проведених заходів туристичний попит. У місцевостях, які дуже залежні від доходів з туризму, зменшення обсягу туристичного потоку призводять до закриття нерентабельних туристичних об'єктів та зміни їхнього використання (наприклад, для проживання місцевих мешканців чи інших послуг). Відсутність фінансових засобів на модернізацію супутньої інфраструктури спричиняє її поступовий занепад, що знижує туристичну привабливість території. Спроби відновлення розвитку туристичної функції пов'язані зі значними капіталовкладеннями.

Концепція сприйняття простору. Вона належить до біхевіористських концепцій, які шукають причини туристично-рекреаційної активності людини у внутрішніх процесах перцепції та уявлень про довколишній простір. У біхевіористському розумінні на туристичну і рекреаційну поведінку та вибір місць відпочинку впливають теперішні та колишні просторові уявлення, що є результатом попередніх спостережень. Перцепція – це процес сприйняття довколишньої реальності (простору). Він формується з чуттєвих вражень, рецепції сигналів, які надходять з оточення, їхнього розумового опрацювання, конструювання образу, який відображає реальність, поєднану з суб'єктивною оцінкою індивіда, що зумовлює вибір певної поведінки. Дослідження перцепції туристичного простору сьогодні все популярніші з огляду на наростаючу конкуренцію між DESTINAЦІЯМИ (місцевостями і туристичними регіонами), актуалізування якості об'єктів навколишнього світу в оцінці туристами туристичної привабливості і те, що рішення про вибір мети туристичного виїзду рідко приймають лише на основі одного чинника. Збільшується цінність естетичних атракцій ландшафту, архітектури, зовнішнього вигляду, композиції, впорядкованості, які створюють враження гармонії, оскільки вони формують пейзажний унікальний туристичний ресурс.

Концепція периферії (теорія розташування об'єктів туризму і відпочинку). Її сформулював німецький географ-теоретик В. Крісталлер у 60-х роках ХХ ст. Концепція пояснює причини і мотиви вибору певних місць і регіонів як територій для відпочинку. Вона ґрунтується на теорії центральних місць цього дослідника, згідно з якою основними центрами є урбанізовані території (міста), які виконують визначені функції (наприклад, управлінські, господарські) щодо своїх мешканців і населення довколишніх територій. Центральні місця не можуть

задовольнити потреби у відпочинку мешканців, тому вони виїжджають на слабощи неурбанізовані периферійні території (периферію). Згідно з концепцією периферії, учасники туристичного руху керуються насамперед красою природи і потребою близького контакту з нею. У межах периферії розвиток туризму ґрунтується переважно на відпочинку. Відповідно до потреб рецепції відбувається благоустрій цих територій, що призводить до їхньої урбанізації. Тому мешканці урбанізованих центрів шукають нові периферії, що є однією з причин експансії туризму.

Концепція туристичної урбанізації. Вона є розвитком концепції В. Крісталлера, якщо розглядати урбанізацію не тільки як кількісне зростання міст і збільшення чисельності міського населення, а і як явище поширення міського способу життя на сільські території шляхом запозичення міського стилю життя приїжджими з сіл до міст або в процесі проникнення міських економічних, суспільних і культурних ознак життя у село. Туризм сприяє розвитку урбанізаційних процесів як у містах, так і у сільській місцевості. Поняття «туристичної урбанізації» визначає процес розвитку міст із домінуючою туристичною функцією і всі зміни, які відбуваються в сільській місцевості під впливом туристичного облаштування.

Концепція району (території) туристичної активності (TBD – англ. Tourist Business District). Її використовують для аналізу просторової організації та функціонування туризму в багатофункціональних містах. Опрацював цю концепцію Д. Гец (1993), який у результаті порівняльного аналізу розвитку туризму в містах помітив закономірність, яка полягає в концентрації туристичного руху тільки в деяких районах міста. Відповідно до концепції оптимальні умови для розвитку туризму у великих містах наявні у центральному районі міста: архітектурні стилі та планувальні особливості, відображені у пам'ятках архітектури, скульптури, монументального мистецтва, заклади соціальної інфраструктури (харчування, торгівлі, розваг, культури і просвітництва, готелі тощо). Ці фактори сприяють формуванню району (території) туристичної активності і впливають з його центральних функцій (наприклад, торговельних чи адміністративних).

Межі TBD у центральній частині міста визначає межа пішохідної зони. Основу її формують історична спадщина, культурні події, пропозиція закладів гостинності та магазинів. Притягує туристичні потоки адміністративна і бізнес-діяльність, просторова концентрація якої створює центральний діловий район – CBD (анг. Central Business District). Предметом наукового аналізу є відносини між

функціональними районами, їх зв'язки, залежності і трансформації, а також спосіб формування туристичної привабливості та організація туристичного руху в межах міста.

Тема 6. Соціологія туризму

6.1. Суть і структура соціології туризму.

6.2. Мотивація туристичної діяльності та її види.

6.3. Туризм як соціальний інститут і чинник соціалізації.

6.1. Суть і структура соціології туризму

Зростаюча чисельність туристів та перетворення туризму на перспективну галузь економіки зумовлюють необхідність вивчення цього феномену засобами соціології. Донедавна вивчення туризму в соціології розглядали через призму вільного часу, але з переосмисленням його значення в житті суспільства і людини цією проблемою почала займатись нова галузева соціологія.

У межах ставлення до туризму як виду відпочинку проблеми соціології туризму можна розв'язати методами соціології вільного часу. Однак обмежувати вивчення туризму тільки цим аспектом не можна. Нагальною потребою сьогодення є перегляд ставлення до туризму з огляду на те, що він має велике значення як потужний, багатокомплексний за своєю природою тип діяльності. Тому туризм варто розглядати принаймні в ідеологічному, виховному та економічному контекстах. Це зумовлює необхідність окреслення соціології туризму, яка має комплексно досліджувати туризм як окремий вид торгівлі послугами, сферу відпочинку та рекреації, специфічний засіб формування особистості, суттєвий фактор діалогу культур.

Соціальні особливості туризму полягають у тому, що він є чинником:

- пізнання об'єктивної реальності, набуття знань, життєвого та професійного досвіду, вмінь та ідей;
- вироблення оціночного ставлення до об'єктивної реальності, формування життєвої позиції, моделювання способу поведінки та світогляду;
- формування та розвитку почуттів, сприйняття, розуміння, думок, суджень, свідомості;
- реалізації творчої індивідуальності, розвитку та вдосконалення особистості;

- реабілітації життєвих сил (фізичних, психологічних, духовних та інтелектуальних), відновлення та покращення здоров'я;
- «гіперсоціалізації», тобто інтеграції індивіда у «неосновні» відносно постійного місця проживання соціуми, групи, створення додаткових можливостей для встановлення соціальних зв'язків, виховання навичок спілкування та суспільного життя, колективізму і толерантності.

Соціологія туризму для українського суспільства і наукового співтовариства є новацією. Цей напрям науки тільки формується. Підхід до окреслення контурів соціології туризму можна було шукати через визначення її понятійного апарату та структури. Соціологію туризму як галузь соціологічної науки можна представити за аналогією структури загальносоціологічної теорії у вигляді п'ятирівневої структури: перший її рівень становить наукова картина світу, другий – методологічні та загальна соціологічні теорії, третій – спеціальні соціологічні теорії, четвертий – емпіричні дослідження, п'ятий – прикладні.

До *першого рівня* соціології туризму належать уявлення людини про світ, суспільство, соціальний час і простір, глобалізацію, комунікації в сучасних умовах тощо.

Другий рівень охоплює загальнотеоретичні соціологічні знання: про соціальну структуру суспільства, великі соціальні групи, соціальні процеси. На цьому рівні туризм розглядають як форму підкорення і освоєння географічного, суспільного і культурного видів простору, тип соціокультурних комунікацій, форму глобалізаційних процесів і зв'язків. До цього рівня знань належать соціологічна теорія особистості, теорія вільного часу та дозвілля.

Третім є рівень формування соціології туризму як знання про специфічну галузь суспільного життя, на якому розробляється і існує концепція соціології туризму. *Соціологія туризму* – галузь соціології, яка вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища у зв'язку з соціальними, політичними, економічними та культурними сферами суспільства. Ця концепція постає як цілісне теоретичне утворення, що об'єднує єдиною логікою всі рівні соціологічних знань, які застосовують для пізнання, аналізу та прогнозування розвитку процесів і явищ у відповідній галузі суспільного життя. Об'єктом її дослідження є тимчасові соціальні групи людей, які реалізують туристичну діяльність, соціальні процеси та чинники, що формують установки особистості на туристичну активність. Предметом соціології туризму є різноманітні форми туристичної діяльності, особистісна поведінка туристів, структура їхніх ціннісних спрямувань, мотивів і потреб. Туристична діяльність –

це професійна діяльність у сфері туризму, суб'єктом якої є туристичне підприємство, туроператор, турагент тощо. Людина, яка купує продукт, вироблений цими економічними агентами, тобто турист, є об'єктом цієї діяльності. Тобто туристична діяльність – насамперед професійна діяльність, суб'єктом якої є економічні агенти – туристичні підприємства, а об'єктом – споживач виробленого цими підприємствами продукту, тобто турист.

Четвертий рівень соціології туризму утворюють емпіричні дослідження установок, інтересів, потреб, мотивів, оцінок різних соціальних груп у різних країнах як потенційних і реальних туристів. Ця галузь соціології потребує спеціальних методик для розроблення інструментарію масових соціологічних та експертних опитувань, інтерв'ю, проведення якісних досліджень, зокрема фокус-груп, контент-аналізу друкованих і електронних ЗМІ. Розроблення спеціальних соціологічних методик для дослідження потреб і мотивації туристів пов'язане з тим, що соціологи зазвичай працюють з респондентами-співвітчизниками. Серед туристів частину контингенту можуть становити іноземці, сформовані в інших соціально-культурних умовах, носії віддалених культур, традицій і звичаїв, релігійних вірувань. Практичні завдання можуть потребувати з'ясування ставлення, оцінок, думок саме цього контингенту туристів.

П'ятий рівень – прикладні дослідження. До них належать дослідження роботи конкретних туристичних фірм, рівня сервісу готелів, ресторанів, надійності шляхів сполучення, зв'язку, привабливості програм маршрутів, екскурсій, вивчення їхніх недоліків. На основі таких досліджень готують пропозиції, спрямовані на покращення роботи, підвищення привабливості конкретних суб'єктів туристичної діяльності.

Розроблення соціології туризму як нової галузевої соціологічної теорії відбувається традиційним шляхом зі становленням та вдосконаленням категоріального апарату.

Важливими є такі основні поняття, як «туризм» (тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях і без комерційної мети) і «подорож» (переміщення людей у часі та просторі незалежно від засобів переміщення та часових проміжків). Термін «туризм» має трохи вужче значення. Тому Центр даних з туризму США з визначення туризму виключає такі види подорожі: переміщення членів екіпажів пароплавів, залізничних потягів тощо; подорожі з метою праці чи навчання.

Всесвітня туристична організація для уточнення поняття «турист» запровадила термін «екскурсант», а в 1968 р. статистична комісія ООН – терміни

«відвідувач» (той, хто здійснює добровільне переміщення за межі постійного проживання, крім еміграції) «турист» (той, хто здійснює переміщення за межі постійного проживання протягом не більше одного року з метою відпочинку, пізнавальною метою, без здійснення оплачуваної діяльності), «екскурсант» (тимчасовий відвідувач, який перебуває менше 24 годин у країні або на об'єкті відвідання).

6.2. Мотивація туристичної діяльності та її види

Характеристика будь-якої людської діяльності передусім ґрунтується на специфіці потреби, яку вона задовольняє. Тому варто з'ясувати, які потреби (підсвідомі) та цілі (свідомий передбачуваний результат задовольняє туризм. Потреби за різними критеріями класифікують на первинні і вторинні (матеріальні і духовні) тощо. Однак обмежитися такою дихотомією у сфері туризму неможливо, оскільки, наприклад туризм задовольняє як матеріальні, так і духовні потреби. Протиставлення матеріального і духовного не вичерпує розуміння суті людини та її діяльності. Людина соціальна реалізує себе як біологічна істота, розумна і духовна. У русі (для розвитку м'язів, травлення, цілеспрямованої діяльності) вона реалізується як біологічна істота. Потреба у пізнанні довкілля (спочатку для орієнтування у просторі згодом – для пізнання навколишнього світу та людей) формує індивіда як розумну істоту. Пізніше потреба у самопізнанні (спочатку своїх сил і можливостей, а потім і місця в суспільстві) перетворює людину на духовну істоту, пов'язану з іншими не тільки біологічно, а й соціально через належність до певного типу культури. Отже, потреби у русі, пізнанні та самопізнанні є фундаментальними, шляхом їхнього задоволення відбувається становлення особистості.

Туризм, спрямований на задоволення цього комплексу потреб – переміщення, пізнання і самопізнання, сприяє розвитку людини в біологічному, соціальному та духовному сенсі.

Основна характеристика туристичної діяльності пов'язана із процесом переміщення у фізичному просторі. Специфіка туризму полягає у тому, що він завжди є подорожжю обмеженою у часі, тобто він не пов'язаний з потребою назавжди змінити життєве середовище людини. Його особливістю є те, що потреба в подорожі зазвичай виникає на перехідних етапах становлення людини, коли вона прагне на певний час вийти за межі буденності, потрапити у незвичну ситуацію. Після цього збагачений отриманим результатом індивід повертається у

звичне середовище, де продовжує життя на новому етапі свого розвитку. Друга особливість туризму полягає також у тому, що в процесі реалізації поставленої мети подорожуючий побічно досягає й інших опосередкованих цілей, які більшою мірою є продуктом механізму стереотипної поведінки. Прагнення до основної мети може бути проігнороване заради реалізації опосередкованих цілей.

Туристична діяльність задовольняє домінуючі бінарні потреби руху і самоствердження або руху і пізнання. Залежно від того, яка з цих бінарних потреб є основою діяльності, можна класифікувати види туризму: мандрівка (спортивний туризм), за якої переважає задоволення потреби в русі і самоствердженні в своєму соціальному середовищі, що розглядатиме її як певну цінність; туристична подорож, спрямована на задоволення потреби в русі і пізнанні навколишнього середовища. Кожний вид туризму не обмежується задоволенням тільки цих двох потреб, а й стимулює реалізацію комплексу інших.

Мандрівка не лише задовольняє потребу в русі, це також випробування на сміливість, витримку, мужність, що дає змогу утвердитися у своїй соціальній групі. Такий вид туризму бере початок від обрядів ініціації, посвячення у чоловіки, мисливці чи воїни. Мандрівка уособлює героїчну тенденцію у становленні кожної людини в момент переходу з одного соціального рівня на інший, тому особливо притаманна молоді. Цей вид туризму переважно спрямований на підтвердження факту подолання перешкод (фотознімки біля певних об'єктів, грамоти як відзнака подолання перешкод). Мандрівка задовольняє не лише прагнення самоствердитися, а й інші, побічні потреби, наприклад, у спілкуванні, відпочинку тощо.

Основним мотивом, який спонукає до туристичної подорожі, є вихід за певні межі горизонтів власного світу, потреба в русі заради пізнання невідомого, чужих свят, карнавалів, релігійних церемоній тощо. Турист залишається спостерігачем. Подорож уособлює міфічні та казкові мандри, підкорення нових земель заради самозахисту та захисту свого місця проживання. Такий вид туризму переважно спрямований на отримання певних знань про нове середовище, про яке нагадуватимуть сувеніри, дорожні щоденники тощо.

Обидва види туристичної діяльності ґрунтуються на архетипах, закладених у глибинній пам'яті, й реалізують задоволення комплексу біологічних, соціальних та духовних потреб шляхом долучення до туристичної діяльності.

На ці особливості туризму варто зважати і під час визначення індикаторів туристичної діяльності, оскільки соціологічне дослідження туристичної діяльності неможливо здійснювати на основі аналізу єдиного індикатора,

наприклад «перетин кордону за туристичною візою». Статистичні служби України послуговуються цим показником, але він не відображає справжнього стану справ. Зміна місця проживання може бути пов'язана з потребами додаткового заробітку, відвідин друзів та родичів, навчання чи лікування. Обов'язковим показником туристичної діяльності має стати визначеність мети, що спонукає туриста до подорожі.

На мотивацію індивідів варто зважати і під час розроблення рекламного забезпечення туризму. Реклама забезпечує позитивний результат лише тоді, коли її створено з урахуванням адресата, його потреб та цілей

Туризм як соціальний інститут є різновидом крос-культурної комунікації: будь-який турист, мандрівник має певну соціокультурну ідентичність, потрапляючи до інокультурного середовища, він одночасно приносить до нього елементи своєї культури і запозичує знання інших культурних цінностей. Складовою соціокультурної ідентифікації є і політична культура – стереотипи ставлення населення до влади, її оцінка загалом, цінність конкретного типу державного устрою та ідеології (наприклад, цінність демократії або соціалізму). Отже, будь-який мандрівник є водночас комунікатором – носієм певної політичної культури – і її ретранслятором в інше культурне середовище, тому у якомусь сенсі виконує і політичну функцію, хоча неявну і побічну.

Продовженням політики держави на міжнародному (зовнішньому) рівні є дипломатія. Тому евфемізм «народна дипломатія» означає зовнішню політику, яка здійснюється неофіційно, а мета туризму як народної дипломатії полягає в тому, що держава намагається вплинути на формування позитивного ставлення до неї на територіях інших країн через неофіційні канали впливу. Проте суспільна думка впливає на процес прийняття політичних рішень лише опосередковано, коли відбуваються вибори або референдуми.

Туризм реалізує аполітичну функцію й іншим шляхом: країни, які потрапляють у економічну залежність від міжнародного туризму, вже об'єктивно приречені йти у фарватері держав, які «поставляють» основну масу туристів. Це може формувати й потворні форми туризму (наприклад, секс-тури у Таїланд). Незважаючи на осуд Глобальним етичним кодексом туриста подібних видів туризму, вони економічно розвиваються та поширюються. Не сприяє порозумінню і зневажливе ставлення західних багатих туристів до населення країн, у яких вони подорожують.

Канали культурної комунікації, які використовують у міжнародному туризмі, значною мірою односпрямовані: туристи розвинених держав можуть

ознайомлюватися з культурами бідних країн, які вони відвідують, а їхні мешканці сприймають туристів не стільки як носіїв культури, скільки як покупців турпродукту, споживачів природи і культурних надбань. Це зумовлює суперечливе ставлення до гостей: з одного боку, вони – джерело доходу, з іншого – демонструють зверхність, зумовлюючи почуття приниження.

Держава може блокувати політичний аспект туристичної активності. Наприклад, країни ісламського світу пропонують різні тури мандрівникам із країн християнського світу і туристам-мусульманам. Ці потоки не пересікаються, хоча можуть бути спрямовані на курорти одного регіону. Зустріч культур, зокрема ідеологічних парадигм, може завершитись тим, що одна із них змінить свої позиції, або буде знайдено консенсус чи компроміс, або кожна сторона залишиться зі своїми переконаннями чи навіть зміцнить їх.

Іноді культурний туризм буває односпрямованим. Так, у західній філософії початку 90-х років ХХ ст. жваво обговорювали так звану культурну інтервенцію або культурний імперіалізм країн західної демократії, суттю якого є репрезентація демократії як найвищого типу політичної культури.

Безумовно, туризм у геополітичному контексті виконує і позитивну функцію: як народна дипломатія він сприяє взаєморозумінню між народами різних культур.

6.3. Туризм як соціальний інститут і чинник соціалізації

Подорожуючи, турист занурюється у нове природно-географічне та культурне середовище, тому його подорож є соціокультурним явищем. Мандрівки розширюють свідомість, загострюють відчуття, адже протягом подорожі людина бачить та відчуває інакше, «розширюючи» простір. Творення просторовості, вважає соціолог Д. Замятін, пов'язане зі зміною принципів характеру людського сприйняття: «Канали сприйняття налаштовуються на фіксацію об'ємів, відстаней та дистанцій до об'єктів і подій; ставлення до них формується дистанцією спостереження. Зміна дистанції змінює характеристику подій і навіть подію». Саме розважальний характер подорожі сприяє засвоєнню нових знань про культуру і менталітет населення країни перебування, чого не можна сказати про інші форми поїздок (пошук роботи, «човникові» поїздки, робочі візити), оскільки їхня первинна ціль відволікає увагу від ґрунтовного ознайомлення з новою країною.

Зміна дистанції (внаслідок просторової віддаленості від постійного місця

проживання) суттєво впливає на відчуття власної ідентичності. Формування образів країн пов'язано з тим, що вони змушені «проглядатися» крізь інший образ. Країна має бачити іншу країну, формувати її образ, щоб усвідомити, побачити власний.

Не цілком зрозумілий вплив зовнішнього туризму на міжнаціональні та міжконфесійні відносини: ознайомлення з новим соціокультурним простором сприяє розмиванню національних, релігійних та інших стереотипів, але політична боротьба в деяких країнах призводить до того, що місцеві терористи нерідко загрожують туристам. Така специфіка політичної боротьби не викликає симпатій у прибулих, ба більше, негативне враження поширюється на культуру, представники якої завдали шкоди туристам.

Розширення соціального ареалу особистості, тобто можливість поїхати за кордон, впливає на аполітичні преференції. Соціологи помітили, що людина, яка хоч раз побувала за межами Батьківщини, приязніше ставиться до країн Заходу та позитивно сприймає перспективу вступу України в євроатлантичні структури. Отже, відкриття західними державами кордонів для українців сприятиме європейській інтеграції України.

Внутрішній туризм розвивається у власній країні. Він доступніший фінансово, з погляду привабливості для туризму набагато безпечніший, позбавлений багатьох інших проблем, які зумовлює перетин державного кордону.

Україна є унікальним просторово-цивілізаційним переходом між західно-католицьким та православно-східнослов'янським світами. Мандруючи територією країни та вивчаючи її історію, турист отримує цілісне уявлення про нерозривність просторово-часового буття українського народу. Адже кожна доба всесвітньої історії залишила слід на територіальному просторі України. Ознайомлення з історією на місці подій, а не лише за підручником, сприяє повнішому засвоєнню пізнавальної інформації. Подорожування місцями історичних звершень часто сприяють зміні політико-ідеологічних та регіональних стереотипів. Регіональні особливості ілюструють культурне розмаїття, яке робить неповторним конкретний населений пункт, його мешканців і може претендувати на туристичну привабливість.

Отже, соціалізацію особистості розуміють як цілеспрямоване формування її соціального досвіду за допомогою різних векторів громадянського простору, особливо природної та культурної спадщини. З огляду на це можна стверджувати, що туризм, основою якого є потреба в духовному освоєнні і присвоєнні культури світу, виконує функцію соціалізації.

Роль туризму, зокрема культурного, у процесі соціалізації особлива, його не можна замінити нічим. Потреба в духовному освоєнні та присвоєнні культури світу задовольняється через відвідування, безпосереднє сприйняття пам'яток у різних місцях, коли побачене назавжди стає надбанням особистості. Туризм дає змогу пережити особистісну належність до культурного досвіду свого народу, нації, людства. Ресурси культурного туризму незмінні, майже вічні. Тому досвід подорожування водночас виконує кілька функцій: формує відчуття належності до власної спільноти шляхом порівняння різних культурних норм, поведінкових зразків; забезпечує опанування культурних надбань; сприяє підвищенню самооцінки, формуванню самоповаги внаслідок набуття індивідуального унікального досвіду тощо.

Важливими у соціалізації індивіда є не лише результати подорожі (набуті знання, культурний досвід тощо), а й сам її процес. Подорож починається в момент, коли людина покидає відомий, звичний світ, потрапляючи в особливу психологічну ситуацію.

З огляду на розширення масштабів та розвиток туризму і його соціальних функцій науковий інтерес до цієї проблематики невпинно зростає. Також збільшується інфраструктура туристичного комплексу, кількість фахівців, які працюють у цій галузі тощо. Аналіз мультиплікативних моделей розвитку туризму свідчить, що прибутки від туризму у кілька разів перевищують вкладання, що стимулює місцеву економіку і покращує умови життя. Однак, крім позитивних наслідків, туристична діяльність продукує й негативний досвід. Наприклад, на Гавайських островах спалахнула хвиля протесту проти масового туризму, побічними продуктами якого стали проституція, злочини, культурний і екологічний занепад. Після цього на міжнародному рівні почали обговорювати альтернативу – так званий м'який (екологічний) туризм, запропонований на розгляд ЮНЕСКО (1982), Міжнародною академією з вивчення туризму (1989) і ЮНВТО (1980, 1985 і 1989).

Проблему гранично допустимих навантажень вивчають географи, екологи та інші вчені. Дослідженням туризму займаються політологія, соціологія, економіка, маркетинг, екологія, географія. Хоча маркетинг зосереджений на продажу, просуванні товару і ринкових сегментів, але й маркетингологи глибше вивчають рекламу, психологію мотивацій, тобто теми, на яких зосереджені соціологія, антропологія, психологія і рекреалогія. Ці науки досліджують і проблеми навколишнього середовища, які також є предметом зацікавлень екологів і географів. Взаємодії приймаючої сторони, гостей і поєднуючої ланки

(гідів, перекладачів, провідників, інструкторів) вивчають у соціології, антропології, психології і політології.

Деякі дослідники наполягають на тому, що соціологія туризму має бути складовою соціології міграції, оскільки туризм – це переміщення, і його можна класифікувати як тимчасову міграцію. Тому й фактори «поштовху» та «привабливості», які спонукають людей до переміщень, аналогічні мотиваціям туристів. Однак така аналогія не зовсім точна. Ця міграція передбачає певну осілість на новій території, розв'язання проблем, пов'язаних із працевлаштуванням, освітою. Хоча деяких емігрантів можна класифікувати як постійних туристів, їхня мотивація і поведінка суттєво відрізняються від «короткострокових» туристів. Інші дослідники стверджують, що соціологію туризму варто розглядати в межах соціології вільного часу. Це дуже спрощений підхід, оскільки тлумачення туриста як відпочивальника надто вузьке, а поза дослідженням залишається багато проблем, пов'язаних із туризмом. Крім того, визначення вільного часу суттєво залежить від політичної, ідеологічної та соціальної інтерпретації.

Тема 7. Екологія туризму

7.1. Екологічна проблематика і розвиток туризму.

7.2. Туризм як чинник формування екологічної культури.

7.3. Екологічний туризм.

7.1. Екологічна проблематика і розвиток туризму

Майбутнє людського роду безпосередньо пов'язане з розв'язанням екологічної проблеми. В історії соціуму, попри всю її драматичність, ще не було такого масштабного, багатоаспектного й складного для розв'язання завдання. В екології переплітаються традиційні життєво важливі питання виробництва, економіки, охорони здоров'я, раціонального природокористування, політики, національної й загальнолюдської безпеки, вона інтегрує прояви фізіологічних та духовних інтересів людини.

Вплив екологічних реалій на всі без винятку аспекти політичного, економічного, демографічного, соціогуманітарного та духовно-морального розвитку держави сьогодні настільки очевидний і масштабний, що нехтування ним недалекоглядне і безвідповідальне.

За першого наближення екологічні питання видаються простими та однозначними. Свої думки щодо охорони природи, раціонального природокористування і шляхів формування екологічної свідомості висловлюють люди, зовсім не ознайомлені з цією складною проблематикою. У літературі (навіть науковій) чи у виступах офіційних осіб трапляються словосполучення «погана екологія», «охорона екології», «боротьба за екологію», «загострення навколишнього середовища», які свідчать про низький рівень екологічної культури учасників обговорення. Громадська думка щодо екологічних проблем постійно перебуває то в режимі «екологічного інфантилізму», або навпаки, «екоістерії».

Загальнопланетарна спільнота постійно запізнюється з усвідомленням важливості та сутності екологічних процесів, низький рівень екологічної культури властивий як представникам державного істеблішменту, так і широким масам.

Сучасна людина втратила здатність співвідносити себе із природою, створеними нею соціальними інституціями, стала «придатком» виробництва, економіки, держави тощо. З огляду на це надзвичайно актуалізуються проблеми співвідношення природного і соціального, морального й раціонального. Особистість сприймає природне середовище фрагментарно, не схильна бачити його як ціле, поводить ся так, немовби існує окремо від природи. Тому усвідомлення складних об'єктивних реалій (соціокультурних і природних) є першочерговим завданням, без розв'язання якого розвиток цивілізації видається дуже проблематичним.

Необхідні переосмислення людством шляхів своєї еволюції та об'єктивне оцінювання реальних перспектив цивілізації. Технічні досягнення радикально змінюють природне й інтелектуальне оточення людини, її світовідчуття. Традиційний «погляд пішохода» – людини минулих століть – змінився на «погляд» із автомобіля або ілюмінатора літака. Людина не встигає осмислити те, що вона бачить.

Дієвим засобом формування екологічної свідомості сучасника має стати система екологічної освіти та виховання, тому нагально постала проблема органічного залучення екологічної компоненти до загальноосвітнього процесу та суттєвого збільшення його дидактичного навантаження.

7.2. Туризм як чинник формування екологічної культури

Донедавна дослідників мало цікавила людина як елемент біосфери, а з поля

зору суспільних наук випадав цілий пласт природознавчих проблем, тому вони виявилися неготовими до екологічних викликів. Через екологію ідеї природознавства, насамперед теорії самоорганізації (універсального еволюціонізму), починають проникати в науки про суспільство, висвітлюючи найскладніші питання його відносин із природою. На цьому шляху з'являються можливості переосмислити ситуацію, віднайти «втрачену парадигму» природи людини. Стає очевидним, що людина за своєю природою – істота культурна, оскільки вона за своєю культурою – істота природна, як наголошував Е. Морен у праці «Втрачена парадигма: природа людини» (1995). Розуміння такої інтегрованості дається нелегко. Про це свідчить дискусія, що триває щодо того, оберігати пам'ятники природи чи пам'ятки культури. Навіть громадські організації, які опікуються цими проблемами, дотримуються принципово різних поглядів.

Розширення предметного поля сучасної екології до таких її гуманітаризованих напрямів, як «екологія культури», «екологія духу» «інтелектуальна екологія» тощо, на цьому не закінчується. Сьогодні набуває поширення термін «екологічний туризм», який позначає реальне явище соціуму, здатне стимулювати поєднання цінностей природи та культури. Екологічний туризм – специфічна форма активного відпочинку, що має культурно-виховне, науково-пізнавальне і спортивно-оздоровче значення, визначається як сукупність відносин та явищ, які виникають у процесі подорожі та перебування людей за межами їхнього постійного місця проживання з метою відпочинку, ознайомлення з навколишнім природним та культурним середовищем.

Сучасна людина має потребу хоча б епізодично покидати урбанізований та технізований світ, звертаючись до природи, але не переймаючись її збереженням. До занять туризмом нині спонукають надзвичайно багато причин, серед яких забаганки заможних людей. Стурбованість, зумовлена зниканням дикої природи, провокує бажання долучитися до неї. Люди намагаються випробувати фізичні можливості у реальних умовах, тобто хочуть брати активну участь у житті природи. На перший план виходить бажання пережити чуттєвий досвід та пробудити свої інстинкти.

Зростають обсяги виробництва високотехнологічного спорядження: взуття, одягу, палаток, шоломів, портативних очищувачів води тощо.

Виникли такі нові форми сучасного туризму: екологічний, екстремальний, військовий (участь у військових інсценуваннях), спортивний (альпінізм, віндсерфінг тощо). Більшість подорожей сучасників можна кваліфікувати як:

«шоп-туризм», сільський (аграрний) туризм, мандри з пригодами, космічний туризм, віртуальні подорожі, туризм «бідних» і «багатих», лікувальний.

Надмірне зосередження на прибутковості туризму призводить до нівелювання його основного призначення. «Індустрія» такого туризму сповідує принцип – «комфортність понад усе». Великі кошти витрачаються на створення комфортних умов на місцях відпочинку, тим самим культивується споживацьке ставлення до світу. На противагу варварській експлуатації природи, якою супроводжується такий туризм, розроблено ідею екологічного туризму.

7.3. Екологічний туризм

За визначенням Всесвітньої туристичної організації, екологічний туризм – це подорож у відносно незаймані господарською діяльністю людини куточки природи з метою спостереження, вивчення тваринного та рослинного світів та ознайомлення з культурними цінностями. На відміну від інших видів туризму, як сподіваються розробники проєкту, екологічний туризм має менше впливати на природне середовище, оскільки це потребує розвинутої інфраструктури.

Отже, екологічний туризм стає популярною формою туристичної діяльності, стимулює формування екологічної культури та екологічної компетентності сучасної людини, розширює її світогляд, забезпечує гармонійний емоційний та естетичний розвиток.

Однак прибутковий комфортний туризм, що передбачає будівництво автострад, ресторанів, створення необхідних компонентів сучасної інфраструктури відпочинку, призводить до деградації живої природи і порушує її незайманість. Як наслідок, зникають унікальні оази дикої природи, а «організоване» дике середовище перестає бути таким і не приваблює туристів.

Індустрія туризму (дороги, кемпінги, транспорт тощо) не має порушувати нормальний екологічний розвиток природного середовища. Ідея органічної єдності природи, людини та суспільства має стати магістральною у світоглядних орієнтирах особистості.

Отже, негативний вплив на природне середовище з боку сучасної туристичної інфраструктури продовжується. Незважаючи на проголошення пріоритетності охорони природи в законодавстві та нормативних документах різних країн, у цій галузі домінує економіко-фінансовий інтерес. Проте навіть бізнес має зважати на природоохоронні інтенції. Реалізація їх є необхідною передумовою формування перспективних туристичних галузей. Поки що

екологічні маніфестації неефективні. Руйнівний вплив масового туризму на природу і культуру триває. Екологи продовжують затяжну «війну» з господарниками, переконують їх у тому, що варто «консервувати» національні природні ресурси, обмежувати будівництво споруд, транспортних сполучень у заповідних зонах, робити туристичні маршрути екологічно вивіреними. Наприклад, ініціатива Міністерства культури України на території музейних заповідників звести мережу готелів з метою залучення туристів може завадити розвитку музейної справи.

Туризм – це не просто організована подорож, а й розширення світогляду, утвердження відчуття співприсутності людини у різноманітному та складному світі. За умов глобалізації важливою є його функція формування здатності до розуміння інших культур, набуття комунікативної культури. Туризм, особливо екологічний, дає змогу ознайомитися з унікальними природними та культурними цінностями.

У таких ситуаціях можливий своєрідний культурний шок як результат занурення в незнайому культуру непідготовленої людини. Культурний шок виникає тоді, коли знайомі психологічні чинники, які допомагають особистості функціонувати у суспільстві, зникають, а на їхньому місці з'являються невідомі й незрозумілі, наприклад, запізнення є нормою, сміх може означати, що співрозмовник гнівається тощо. Такий культурний шок є спонукальним чинником для формування здатності розуміти іншого. У цьому аспекті назріла потреба в розвитку етики туризму, або, за В. Пазенком, морально-психологічного компонента, який має бути властивим як організаторам туризму, так і широкому туристичному загалу. Порядність та вихованість під час зустрічі з незнайомими людьми і обставинами дають змогу бути уважними, дружелюбними й привітними, тому туризм, крім всього іншого, є ефективним засобом індивідуального та колективного вдосконалення.

Туризм відкриває нові можливості для підприємництва та приватної ініціативи. Раціональна організація туризму здатна захищати природні ландшафти і культурний спадок, підвищувати рівень життя. Для цього необхідно інформувати й виховувати туристів у дусі поваги до природного та культурного багатства. Лише такий туризм здатний підвищувати якість людських відносин на міжнародному рівні, забезпечити досягнення миру у всьому світі.

Спілка туризму США так формулює сутність екологічного туризму: *«Подорожі в місця з відносно незайманою природою для отримання уявлення про природні та культурно-етнографічні особливості певної території без*

порушення водночас цілісності екосистем». Велику увагу приділяють утилізації сміття, залученню туристів до розв'язання місцевих екологічних проблем. Екологічний туризм створює економічні умови, за яких охорона природи стає вигідною місцевому населенню. Ця галузь туризму спрямована на природне та культурне середовище й формує необхідні ознаки їхнього активного захисника.

Сучасний екологічний туризм – це не обов'язково подорож із рюкзаком для фізично тренованих людей. Він може бути і достатньо комфортним, але нешкідливим для середовища. Ефективно у цьому плані використовувати екологічний транспорт – велосипеди, безмоторні човни, параслани тощо. Важливою є проблема організування місць відпочинку (приготування їжі, обладнання вогнищ, туалети, утилізація сміття тощо).

Міжнародне товариство екологічного туризму (TIES) пропонує такий «Кодекс поведінки туриста»:

- пам'ятати про уразливість Землі;
- залишати лише сліди, забирати тільки фотографії;
- пізнавати світ, у який потрапив;
- шанувати місцевих мешканців;
- не купувати вироби, загрозливі для навколишнього середовища;
- завжди ходити тільки протоптаними стежками;
- підтримувати заходи зі збереження навколишнього середовища, та організації, які сприяють захисту природи;
- подорожувати із компаніями, які підтримують принципи екологічного туризму.

Екологічний туризм сприяє оволодінню основами екологічних знань, що є необхідною передумовою екологічної культури. Адже природа постає і як естетична цінність (ландшафтний простір). Більше того, як зазначав філософ О. Шпенглер, *«ландшафт формує душу людини»*.

Екологічний туризм активно розвивається, забезпечуючи більшу частку доходів сучасної туристичної індустрії. В Україні ця форма туризму ще не набула належного поширення, хоча держава має великі потенційні можливості для розвитку екологічного туризму.

Тема 8. Культурологія та етика туризму

- 8.1. Суть туристичної культурології.
- 8.2. Культуротворче значення туризму.
- 8.3. Принципи та функції етики туризму.
- 8.4. Основні проблеми етики туризму.

8.1. Суть туристичної культурології

Словосполучення «культурологія туризму» належить до понять, які вже набули певного понятійного статусу і концептуального змістовного навантаження: «філософія туризму», «економіка туризму», «етика туризму», «антропологія туризму», «соціологія туризму», «педагогіка туризму» та ін. Однак саме така генетична спорідненість понять, що впливає з універсальної світоглядно-пізнавальної функції туризмології, може нівелювати специфіку і своєрідність культурологічного бачення туристичної діяльності та феномену туризму загалом. Достеменно не з'ясовано, які складові туристичної діяльності варто вважати об'єктом та предметом культурологічних студій, адже таке виокремлення визначатиме перспективу становлення і розвитку культурології туризму.

Культурологія туризму – це вивчення смислів того, що в історії суспільствознавства набуває статусу «культурної події» внаслідок її об'єктивізації, тобто історичних пам'яток, природних зон, культових споруд, мистецьких витворів тощо, до яких спрямований енергетичний потенціал руху особистості з метою отримання певного ціннісного ефекту шляхом здійснення подорожі, а також вивчення форм, засобів і методів такої подорожі. Однак у подальшому аналізі змісту концепту «культурологія туризму» варто зважати на певні застереження. Осмислюючи поняття «туризм» у теоретичному і практичному сенсі, по-перше, потрібно відокремлювати складову туристичної практично-організаційної діяльності людини від ціннісно-сміслової, культурно-світоглядної. Організація туристичної діяльності як самим подорожнім, так і тими, хто виконує обслуговуючі функції у цьому процесі, її принципи і методи не є предметом культурологічного дослідження. По-друге, бажано умовно поділити, а потім об'єднати і порівняти поняття «туризм» у широкому та вузькому сенсах. В уяві пересічного спостерігача туризм найчастіше асоціюється з подорожуванням. Це вузьке розуміння туризму. Подорож не є обов'язково фізичним переміщенням

у просторі, що займає певний проміжок часу і вимагає забезпечення умов та засобів пересування. У широкому розумінні подорож – зміна стану свідомості і духу людини, пов'язана з отриманням нової інформації, відчуттів, матеріалу для споглядання, роздумів і, врешті-решт, накопиченням інформації, що може впливати на особистість, яка пізнає саму себе.

Туризм як своєрідна проєкція існування людини, спосіб її осмислення є предметом дослідження філософії. Культурологія може дослідити ті смисли феномену туризму, які мають культурно-історичні маніфестації у процесі досягнення певного культурного результату. Ці маніфестації іноді постають як сам результат. У такому разі культурологія туризму набуває методологічного статусу. Це означає, що феномен туризму досліджують не з погляду ринково-туристичної привабливості об'єктів, що є предметом туристики у вузькому сенсі слова. Це і не антропологія туризму, яка розглядає його як антропоморфізовану форму задоволення потреби соціальної істоти у засвоєнні нового простору. Такий мотив хоча і вкладається у концепцію людиновимірного підходу до туризму, однак не зважає на власне культурну історію пошуку та його сенси. Отже, культурологія туризму – це вивчення і осягнення сенсів тих видів подорожей, які стають шляхами руху людського духу в осяганні самого себе.

У культурологічному сенсі туризм – набагато ширше явище, ніж просте задоволення потреб людини в опануванні нового культурного простору, виявлення її сутності шляхом його «утворення». Сам процес цього утворення починає відігравати надалі самостійну і продуктивну культурну роль. Вважають, що методологія культурології туризму полягає у виокремленні найзначущіших домінант загального культурологічного та туристичного потоків, які наповнюють вияви життєдіяльності. Охопити всі доступні домінанти неможливо, оскільки вони розпорошені у просторі та часі, їхній перелік досить умовний внаслідок відсутності системного вивчення культурології туризму.

8.2. Культуротворче значення туризму

Туризм як форма суспільної активності, пов'язана з тимчасовим переміщенням великих контингентів людей в інший соціокультурний простір, сприяє прискореному культурному розвитку особистості та взаємовпливу культур націй, народів та етносів, їхній політичній та економічній взаємодії. Осмислення і усвідомлення культурно-комунікативної та особистісно-трансформуючої функцій туризму з метою розвитку культури, міжкультурної комунікації, особистості

можна назвати культурологією туризму або культурною самосвідомістю туристичної діяльності. Це дає змогу зафіксувати й зрозуміти той факт, що великі групи людей, які мають намір взяти участь у туристичній подорожі, цілеспрямовано планують досягти культурно-комунікативного та культурно-особистісного ефектів, проєктують себе як компетентних, культурно збагачених і творчих особистостей.

Культуротворче значення туризму тісно пов'язане з його універсальною природою як багатостороннього явища, невід'ємного від людської істоти, комплексність і всеосяжність якого зумовлюється сукупністю складових психофізіологічної організації, внутрішнього світу, духовного життя та світогляду самої людини, її прагнення до пізнання всесвіту, природи, ознайомлення з місцевостями, звичаями та традиціями інших народів, а також диверсифікацією її біогенних і соціогенних потреб у відновленні, оздоровленні, спілкуванні, саморозвитку, структура яких постійно модифікується.

Туризм є унікальною сферою, яка не вписується в межі традиційних галузей, бо охоплює майже всі сфери економіки та суспільного життя. Об'єктивні фактори його розвитку (зміни у розподілі робочого та неробочого часу, поширення комерційних, воєнних, релігійних подорожей, науково-технічний і технологічний прогрес тощо) доповнюються суб'єктивними (зростають потреби людини у вільному часі, відпочинку, рекреації, спілкуванні з іншими та природою, пізнанні), відбувається істотна трансформація ціннісних орієнтацій, духовні чинники стають такими ж невід'ємними елементами суспільного життя, як і матеріальні блага. Туризм як суспільне явище є важливим чинником формування особистості, інтелектуального розвитку та духовного збагачення особистості, засобом реалізації її прав і свобод, збереження та передання всесвітньої природної та історико-культурної спадщини, духовного надбання людства, досягнень світової цивілізації, покращення взаєморозуміння між народами, взаємообміну духовними та культурними цінностями, гуманізації їх відносин.

Гуманістична природа туризму, спрямованість на потреби людини зумовлюють відображення у характері та структурі туристичної діяльності практично всіх процесів, які відбуваються у світі, підвищують значення туризму в житті індивіда та суспільства, посилюють його креативні функції, роблять його важливим фактором впливу на світогляд і об'єктивні реалії світу.

Усі складові світової суспільної організації (економічні, політичні, релігійні, соціальні, культурні, духовні, технологічні, інформаційні тощо) безпосередньо

впливають на суть туризму, постійно трансформуючи та удосконалюючи його засоби. Туризм як комплексне універсальне утворення життєдіяльності людини і суспільства, прогресу людської цивілізації відображає та акумулює історичний процес, транслює духовні та культурні цінності, розвиває і збагачує людину, що опосередковано впливає на загальний стан суспільства, його соціально-економічний розвиток.

Туризм має велике культурно-комунікативне, культурно-концентруюче та культуротворче значення. Інтенсифікуючи культурну комунікацію, «спресовуючи» її у фокусованих точках соціального простору (навколо туристичних об'єктів), туристична діяльність прискорює культурний розвиток, зумовлюючи своєрідний синергетичний його приріст, сприяє створенню нових якостей креативних індивідуальностей.

Туризм – наймасштабніше явище з усіх інших переміщень великих груп людей, які були в попередній історії людства. Представники розвинених країн привозять чималі суми грошей у країни, які розвиваються, що сприяє створенню великої кількості робочих місць в індустрії туризму і суміжних галузях, підвищує економічний рівень життя. Завдяки туристичній діяльності в економіки країн «третього світу» вкладають значні кошти на охорону природи, пам'яток культури, підтримання традиційних промислів і розвиток культури. Вивчаючи потреби та інтереси один одного, подорожуюча та приймаюча сторони виробляють основу для взаєморозуміння і глибшої соціальної взаємодії, в результаті якої можуть формуватися великі регіональні політичні об'єднання, а ймовірно – і світові. Переміщення великих груп людей в інший соціокультурний простір є однією з найважливіших тенденцій сучасного світового розвитку, яка кардинально трансформує сучасне суспільство. Можна стверджувати, що один із основних мотивів цього – бажання вступити в контакт з носіями незвичної культури, тобто культурна й пізнавальна місія, а також духовне збагачення особистості.

Туризм виконує також гуманізуючу місію, у такий спосіб пом'якшуючи соціальну напруженість, створюючи робочі місця не лише у туристичній інфраструктурі, а й у галузях, які опосередковано залучено у туризм (харчова легка промисловість, транспорт, будівництво тощо), підтримує народні промисли, сприяє захисту середовища тощо. Ця галузь не тільки інтенсифікує економічні зв'язки та контакти, а й сприяє розумінню основних потреб та інтересів один одного, адаптує до них економічну діяльність.

Туристична діяльність є також чинником збагачення культурних потреб людини та універсальним засобом пізнання іншої культури (інкультурації) і

формування міжкультурного взаєморозуміння.

8.3. Принципи та функції етики туризму

Конституювання етики туризму як нового різновиду теоретичного знання, що формується на межі етичної теорії та туристичної практики, потребує розроблення принципів засад. Етику туризму можна розглядати як теоретичний феномен, що ґрунтується на загальних класичних принципах теоретичної системи знання, і як вид практичної діяльності людини, принципівими засадами якого є гуманізм, толерантність, інтернаціоналізм.

Найважливішою функцією етики туризму як теоретичного феномену є прогностична. Саме вона дає змогу не просто констатувати чи розв'язувати проблеми, а запобігати їхньому виникненню. Це потужний виховний потенціал у формуванні туристичної свідомості, основою якої має бути відповідальне ставлення до інших людей та навколишнього світу. Моральна компонента – невід'ємний складник туристичної свідомості.

Домінантними функціями етики туризму як конкретної практики можна вважати виховну та комунікативну функції. Туризм тісно переплітається не лише з проблемами екології (антропогенний вплив на природні туристичні ресурси, виховання відповідальності за їхнє збереження, відновлення для наступних поколінь), охорони історико-культурної спадщини, а й з проблемою збереження самої людини як біологічної та розумної, мислячої, моральної істоти. Агресивність сучасного світу, поширення нетерпимості, економічний детермінізм у визначенні пріоритетних напрямів розвитку людини, спрямування на технологічні інновації затьмарюють необхідність збереження людського єства в моральному вимірі. Туризм є опосередкованим методом морального виховання та розвитку широкого загалу, а особливо молодого покоління. Туристичну діяльність можна розглядати як спосіб проведення дозвілля дітей та молоді. Вона дає змогу пізнати незвідане в його реальних, а не віртуальних вимірах, скорегувати чи переосмислити життєві настанови, задуматись над феноменом щастя.

Туризм можна розглядати як один із засобів подолання проблеми самотності, актуальної для сучасного суспільства. Долучаючись до історико-культурних пам'яток, що свідчать про спосіб життя в минулому не лише в економічному зрізі, а й у екзистенційному, людина відчуває свою причетність до людського роду у вселенському масштабі, реалізує свої комунікативні потреби.

Сучасне людство зосереджене передусім на політичних та економічних проблемах (збільшення обсягів виробництва, модернізація, пошуки нових технологій тощо), хоча метаморфози, які відбуваються у моральній сфері, дуже небезпечні. У цьому контексті туризм можна розглядати як важливий засіб збереження моральних норм.

Актуалізація етичної проблематики зумовлена як закономірностями розвитку самого етичного знання, так і безмежною потужністю та непередбачуваністю людського розуму, тому мораль є не просто визначальною ознакою людської суті, а необхідною умовою існування цивілізації. Саме тому етика може стати «архітектором» майбутнього, що актуалізує моральну компоненту у всіх видах діяльності, зокрема в туристичному бізнесі.

8.4. Основні проблеми етики туризму

Етика туризму не має в своєму арсеналі проблем, позначених посиленням драматизмом чи трагічністю. Наріжна для інших видів прикладної етики проблема життя та смерті в етиці туризму ніби розчиняється у колективному вимірі, послаблюючи гостроту сприйняття, водночас не зменшується її значущість.

До основних проблем етики туризму належать:

- моральна амбівалентність соціального туризму;
- проблеми бідності та багатства, конкретизовані в підвищенні економічної зацікавленості місцевого населення, яке розпоряджається туристичними ресурсами природного та історико-культурного значення;
- суперечливість інтересів споживача туристичного продукту та суб'єкта туристичної діяльності;
- наявність видів туристичної діяльності, спрямованої на експлуатацію людини, що принижують її гідність та честь.

Моральна амбівалентність соціального туризму. Соціальний туризм з морального погляду наділений амбівалентними ознаками. З одного боку, розвиток соціального туризму – ознака гуманізації суспільства через визнання та реалізацію права на відпочинок усіх, хто має право на працю, з іншого – загроза довкіллю, що поширюється на глобальну проблему збереження природних та культурних імперативів існування людини.

У процесі туристичної подорожі людина не просто перебуває у певному середовищі, природному чи урбанізованому, вона завжди контактує з довкіллям.

Як здійснюватиметься цей контакт, залежить не лише від рівня організації індустрії туризму, а й від самої людини. Туристична подорож не завжди позитивно визначає ставлення людини до природи. Тимчасовість перебування іноді спонукає до легковажного ставлення до природного середовища. Туристичні підприємства не завжди забезпечують утилізацію відходів, посилюючи тиск на екологію.

Отже, моральне оцінювання соціального туризму нерозривно пов'язане з екологічною проблематикою.

Вже неможливо локально, в масштабах одного регіону чи країни розв'язати проблеми раціонального природокористування. Інтереси людини сягають масштабів людства. В індивідуальній свідомості людини в постіндустріальну епоху має утвердитися розуміння, що подбати про власні потреби, проігнорувавши інтереси людства, неможливо. Елементи глобалістики, екологізації знань посідають важливе місце в системі моральної свідомості сучасної людини.

Екологія вивчає відносини людського суспільства і природи у сфері туризму в навколишньому середовищі. За допомогою термінів «екологічність», «неекологічність туризму» визначають ступінь і особливості впливу індустрії туризму на довкілля. Цей вплив може бути шумовим, електромагнітним, радіоактивним тощо. Поняття «екологічність туризму» охоплює конкретні заходи, здатні захистити і відновити середовище. Характеристика екологічної складової в системі туризму буде не повною, якщо не звернути увагу на подвійну роль у ній людини: як споживача послуг туризму і як працівника індустрії туризму. Тому доречним є обговорення проблеми екологізації свідомості людини, її діяльності, ставлення до інших людей, природного середовища саме в моральному аспекті.

Дослідник проблем екології В. Крисаченко у праці «Екологічна культура» надає терміну «екологізація свідомості» універсального значення. Він назвав процес екологізації, який зачепив майже всі науки, життєзнавством, основним засобом самоорганізації системи «людина-біосфера». «Екологізація стала не тільки гаслом, а й сенсом сучасної доби, оскільки від її успішної реалізації багато в чому залежить не лише стійкий та збалансований розвиток людства, а й можливо, саме його існування».

Цікаву позицію до розуміння проблеми екологізації свідомості висловив український філософ О. Явоненко. У статті «Екологізація культурної свідомості як комунікативна проблема» він наголосив на необхідності усвідомлення планетарної екологічної кризи, яка викликає нагальну потребу в універсально

значущому дискурсі, а феномен екологізації культурної свідомості визначив як «екологічний гуманізм».

Турбота про майбутнє людства об'єднує вчених у пошуках шляхів подолання екологічної кризи. На думку більшості з них, треба спрямовувати зусилля на виховання людини, оскільки основною причиною екологічної кризи є цінності, якими вона керується.

Немає потреби доводити визначальну роль людини в системі туризму і розв'язанні складних екологічних проблем, однак варто знати механізм, який дає змогу людині відігравати визначальну роль у цих сферах. Людське існування супроводжується подоланням меж середовища проживання виду *homo sapiens*. Відкритість людини світові можна назвати її видовою і навіть родовою ознакою. І саме в туристичній діяльності людина долає звиклі зв'язки зі сталим середовищем і занурюється у спілкування з новим оточенням і довкіллям. Процес відриву від усталеного життя суперечливий. Особистість на деякий час втрачає контакти з сім'єю, друзями, колегами, відносини з якими майже стереотипізувалися. Чим ширший світ відкривається людині за допомогою туризму (і не лише у цей спосіб), тим незатишніше вона може почуватися. Зустріч з новими людьми, новим довкіллям активізує сприйняття, почуття, відкритість. У дорозі виникає довіра до попутників, дружба, навіть любов. Щирість цих відносин залежить від мети, якій підпорядкована подорож. Розвиток гуманних відносин у туристичній групі, їхнє зміцнення можливі лише завдяки моральним чеснотам.

Недоліком соціального туризму є стандартизація, яка стосується як запропонованих туристичних послуг (і може бути позитивним процесом, коли впроваджують та наслідують якісні зразки), так і туристів щодо яких стандартизація (проявляється у тематиці запропонованих туристичних маршрутів, формах обслуговування) стає засобом «що збіднює людську індивідуальність, позбавляє її «автентичності», оригінальності, неповторності».

Підвищення економічної зацікавленості місцевого населення, яке розпоряджається туристичними ресурсами природного та історико-культурного значення. Ця проблема є не менш важливою, ніж попередня. Вона конкретизує ще одну глобальну проблему – боротьбу з бідністю шляхом справедливого розподілу прибутків.

Суперечливість інтересів споживача туристичного продукту та суб'єкта туристичної діяльності. Якщо для туриста домінанта духовних інтересів очевидна, то суб'єкт туристичної діяльності (туроператор) зацікавлений економічно. Тут постає складна проблема узгодження інтересів взаємодіючих у

туристичній діяльності сторін, розв'язання якої закорінене у моральній площині.

Наявність видів туристичної діяльності, спрямованої на експлуатацію людини, що принижують її гідність і честь. Наприклад, поширення секс-туризму, особливо залучення у цю індустрію неповнолітніх, несумісне із загальноприйнятими нормами моралі людської спільноти. У зв'язку з цим варто зосередитися на особливій ролі моральних основ діяльності працівників туристичної індустрії. Правдивість, чесність, порядність, толерантність, повага, здатність до співчуття мають бути властиві кожному фахівцю.

Глобальний етичний кодекс туризму наголошує, що професіонали сфери туризму зобов'язані надавати туристам об'єктивні правдиві відомості, особливо за ймовірної небезпеки для здоров'я чи життя, про умови подорожі, ціну, якість послуг, фінансові зобов'язання у разі одностороннього порушення домовленостей.

Тема 9. Психологія туризму

9.1. Концептуальні засади психології туризму.

9.2. Соціально-психологічні аспекти туризму.

9.3. Психологія конфлікту в туризмі.

9.1. Концептуальні засади психології туризму

Туризм став самостійним соціальним інститутом, який потребує детального соціально-психологічного осмислення. На думку президента Всесвітньої академії туризму Дж. Джафарі, актуальним є вивчення впливів туризму на соціум, соціальних потреб, зумовлених його розвитком, еволюції уявлень про туризм, його функції та соціальні ролі. Не менш важливе дослідження туризму як психологічного феномену, його психологічних характеристик, змісту і структури психологічних знань, що описують це явище.

Перші психологічні дослідження туризму здійснили зарубіжні психологи Фабер (Farber, 1954) і Різон (Reason, 1964), які окреслили їхнє предметне поле, найпоширеніші поняття цієї галузі знань. Теоретичні засади соціально-психологічних проблем туризму розвивали Р. Шаміонов, Т. Черняєва, В. Квартальнов. Практичні рекомендації у сфері психології туризму відображено в праці Є. Лінчевського «Психологічний клімат туристичної групи».

В Україні перспективи розвитку туризму, його філософські аспекти

проблематику гуманізації цієї сфери, розвитку туристичної освіти, психолого-педагогічні проблеми підготовки кадрів вивчали В. Федорченко, В. Цибух, Л. Лук'янова, Н. Фоменко, В. Пазенок та ін.

Туризм, за визначенням А. Квартальнова, – це здійснювана людьми діяльність щодо розвитку й удосконалення їхніх інтелектуальних і фізичних якостей та здібностей. Оперуючи цими поняттями і категоріями, які становлять насамперед предмет вивчення психології, туризмологія мало приділяє уваги їхньому психологічному змісту. Туризм також характеризують як вплив на суспільство загалом і конкретних людей за допомогою виконання певних функцій економічного, соціального, екологічного і гуманітарного характеру. Водночас психологічні функції туризму не виокремлено і не розглянуто. Наприклад, у довіднику «Туризм, гостинність, сервіс» за редакцією Л. Воронкової, психологічне здоров'я людини належить до екологічної функції; адаптаційні можливості особистості розглядають як складові оздоровчої функції; функції колективу формування якостей особистості, розвиток пізнавальної сфери трактуються тільки з позиції виховної й освітньої функцій, хоча є об'єктом вивчення і психології. Такий підхід звужує дослідницьке поле, лише частково відображає зміст розглянутих функцій, ігнорує психологічну сутність цих категорій.

Отже, виникнення психології туризму зумовлено потребами сучасної науки, що прагне до інтегрування наукового знання. Цей процес неможливий без досконалого дослідження суміжних проблем, які виникають у дослідницькому полі теорії, практики туризму і психології, оскільки їхня інтеграція та виявлення нової реальності є визначальними у розвитку психології туризму як самостійної галузі знання.

Дотепер у наукових джерелах нема чіткого визначення поняття «психологія туризму». Найчастіше розглядають загальні психологічні аспекти його категорій. Крім того, деякі науковці (В. Квартальнов) вважають недоцільним досліджувати туризм за окремими галузями наукового знання.

Аналіз психологічних досліджень туризму дає підстави для виокремлення психології туризму як наукової галузі. Адже відбувається процес її становлення, визначається і уточнюється зміст основних сутнісних ознак і характеристик, понятійно-категоріального апарату, які описують цю галузь. Процес інституалізації психології туризму як науки частково розглянуто у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних авторів з туризмології та психології.

Отже, *психологія туризму* – це наука, яка досліджує психологічні явища в

туризмі у контексті проблем, пов'язаних із взаємодією людей у цій сфері, їхнього загальною й індивідуальною діяльністю. Поява якісно нового утворення – групового суб'єкта діяльності (туристичної групи, спільноти тощо) – істотно змінює характер взаємодії між людьми. Соціальна поведінка потребує управління, тобто координування, розподілу функцій, контролю, оскільки має функціонувати на основі суспільно вироблених норм. Соціальне як комплекс дій на підставі норм і цінностей реалізується через почуття, переживання, уявлення конкретних людей, обумовлені впливом туристичної діяльності.

Об'єктом дослідження психології туризму є особистість із притаманними їй психологічними характеристиками та властивостями, які проявляються і реалізуються в туристичній поведінці (діяльності); туризм як соціальна діяльність, організована людьми для розвитку й удосконалення інтелектуальних і фізичних (природних) якостей та здібностей; складова культури, галузь соціальної діяльності, сукупність духовних і матеріальних цінностей, створюваних і використовуваних суспільством з метою розвитку людини; туристична група як різновид соціальної; управління сферою туризму.

Предметом дослідження психології туризму є психологічні характеристики суб'єктів туристичної поведінки і діяльності, які у сукупності розкривають туризм як психологічний феномен. Водночас туризм розглядають як соціально-психологічний інститут, основною функцією якого є управління проявами психологічних властивостей і характеристик особистості туриста, що виявляються у поведінці та діяльності; соціально-психологічними особливостями формування туристичних груп і міжособистісної взаємодії учасників цих груп; психологічними особливостями управління сферою туризму і туристичними господарчими організаціями.

Місце і роль психології туризму у життєдіяльності суспільства реалізуються через функції, які вона виконує. Отже, функції психології визначають основні її обов'язки перед суспільством, найважливішу спрямованість і сферу діяльності. Функції психології туризму щільно корелюють із функціями гуманітарних наук (філософії, психології, соціології тощо), розкривають сутнісні ознаки психологічного феномену туризму як цілісного елемента соціальної системи і виокремлюють психологію туризму в новий напрям науково знання такі функції:

1) *теоретична*, тобто розширення та збагачення психологічного знання, розроблення теорій, концепцій, ключових категорій і понять психології туризму на основі дослідження соціально-психологічної дійсності;

2) *прогностична*, а саме здійснення соціально-психологічного про-

гнозування. Психологічні дослідження завершуються обґрунтуванням коротко- або довгострокових прогнозів стану або діяльності досліджуваного об'єкта – проявів соціально-психологічних феноменів туризму, тургруп, особистості туриста, управління туризмом;

3) *інформаційна*, тобто збирання, концентрування та поширення інформації про результати проведення соціально-психологічних феноменів туризму;

4) *пізнавальна*, яка реалізується шляхом здобуття і накопичення знань про закони та закономірності функціонування і розвитку психологічних феноменів досліджуваного об'єкта психології туризму;

5) *світоглядна*, яка полягає в тому, що психологічні знання феноменів туризму формують погляди людства на породжувані ними соціально-психологічні процеси, на їхню значущість і вплив на життя особистості і суспільства загалом, утворюють теоретичну основу для практичних дій, оцінювання явищ соціальної реальності;

6) *соціалізаційна*, тобто визначення соціально-психологічних механізмів та агентів соціалізації в процесі туристичної діяльності, забезпеченні психологічними знаннями про специфіку та особливості процесу соціалізації особистості у сфері туризму;

7) *управлінська*, яка спрямована на використання знань про психологічні особливості рольової поведінки, орієнтири та мотивації особистостей, які прямо або опосередковано задіяні в системі управління сферою туризму (клієнти, менеджери туристичних підприємств тощо), у процесі прийняття конструктивних управлінських рішень, планування і контролю процесу управління, зважаючи на психологічну специфіку сфери туризму;

8) *розвивальна*, яка передбачає розвиток особистості у процесі навчання через участь у туристичній діяльності. Розвиваюче навчання в процесі занять туризмом сприяє розвитку мислення, формуванню волі, емоційно-почуттєвої сфери, навчальних інтересів, мотивів і здібностей.

Усі функції психології туризму взаємодіють, інтегровано впливаючи на сферу туризму і суспільство загалом.

Психологія туризму як наука має власні методологію і методи дослідження. До методологічних належать такі принципи: детермінізму, єдності психіки та діяльності, розвитку, об'єктивності, системності та особистісного підходу. Теоретико-методологічним підґрунтям психології туризму стали такі теорії та концепції: теорія самореалізації Г. Олпорта, концепція самоактуалізації А. Маслоу, «Я-концепція» К. Роджерса, теорія рефлексивної діяльності

І. Павлова, теорія генетичної психології Г. Костюка, Ж. Піаже, С. Максименка, теорія біхевіоризму Дж. Уотсона; гештальт-психологія М. Вертгеймера, В. Келлера, К. Левіна, теорія психоаналізу З. Фрейда, А. Адлера, К. Юнга, теорія психології установки Д. Узнадзе, теорія вчинку М. Бахтіна, теорія соціалізації та розвитку особистості О. Киричука, а також доробки дослідників феномену туризму В. Квартальнова, Р. Шаміонова, Т. Черняєвої, Е. Лінчевського, В. Федорченка, В. Цибуха, Л. Лук'янової, Н. Фоменко, В. Пазенка та ін.

Основа теоретико-методологічного підходу психології туризму – діяльнісний підхід, який ґрунтується на принципі вивчення психіки, що базується на розробленій М. Басовим, З. Рубінштейном, А. Леонт'євим категорії предметної діяльності; теорії, яка розглядає психологію як науку про породження, функціонування і структуру психічного відображення у процесах діяльності індивідів (А. Леонт'єв).

Діяльнісний підхід пояснює психологічні явища туризму як виду діяльності, спрямованої на задоволення соціально-психологічних, історичних, економічних, культурних потреб людини, які вона реалізує у цій сфері. На основі методологічних принципів обирають відповідні поставленим завданням методи психологічного дослідження. Головні методи застосовують під час аналізу організування туристичної діяльності, розв'язання питань, пов'язаних з навчанням, у соціально-психологічних дослідженнях, психодіагностиці та ін. (спостереження, експеримент). Додаткові методи використовують для оцінювання окреслених психічних процесів і властивостей, рівня розвитку в індивіда необхідних знань, особистісних характеристик, навичок, наприклад готовності працювати в сфері туризму; аналізу проблеми туристичної фірми з поточної документації, офіційних звітів, вивчаючи відгуки споживачів туристичних послуг (аналіз документів); отримання інформації про туристичні послуги, психологічні особливості взаємодії в туристичних групах, емоційне сприйняття і ставлення до туризму як активного способу життя, відпочинку, творчого розвитку і пізнання навколишнього світу (анкетування); діагностування психологічного клімату турфірми та тургрупи, рівня конфліктної взаємодії співробітників, міжособистісних зв'язків тощо (соціометрія); збирання інформації в системі туристичних послуг (інтерв'ю).

9.2. Соціально-психологічні аспекти туризму

У контексті вивчення туризму методами психології варто уточнити, які

напрями психологічного знання безпосередньо спрямовані на дослідження цієї галузі. У межах соціальної психології найважливіше значення має зв'язок між особистісними, груповими і міжгруповими процесами та ситуацією в суспільстві. На їхньому вивченні зосередився В. Квартальнов.

У багатьох дискурсах розглядають інтраіндивідуальні, інтеріндивідуальні та групові процеси в контексті соціально-психологічних аспектах.

Інтраіндивідуальні процеси. Суспільне сприйняття і пізнання формують соціально-психологічні процеси, які дають змогу досягнути соціального світу. В упорядкуванні знань про соціум важливу роль відіграє процес категоризації (класифікації), однак за деяких обставин це призводить до формування стереотипів.

У дослідженнях з туризму особливу увагу приділяють психіко-етнічним стереотипам. Розмежовують загальні та індивідуальні стереотипи, що існують у жителів щодо туристів. Дослідник Д. Мак-Кеннел (1984) привертає увагу до глузливості, яка наявна у відносинах між господарями і гостями, що теж сприяє формуванню стереотипів та інших форм негативного сприйняття і поведінки. Е. Еванс-Прітчард (1989) вбачає у стереотипах позитив, оскільки вони спрощують механізм керування невідомими взаємодіями.

Багато досліджень сприйняття туристів корінними жителями проводили винятково щодо їхніх відносин. Існують дані про зміну ставлення туристів до тих або тих фактів після подорожі.

Інтеріндивідуальні процеси. У цьому разі досліджують процеси, які відбуваються між двома і більше індивідуумами. Наприклад, за теорією справедливості особисте задоволення, отримане від спілкування, буде залежати від наслідків цього спілкування для інших учасників. Соціальна психологія також вивчає альтруїзм, допомогу, змагання, агресію тощо. Спостерігають різну дружлюбність культур, розосереджених у просторі та часі. Існують також дослідження змагань за ресурси між гостем і хазяїном (можлива агресія від сторони, яка обороняється). Однак рівень аналізу мало використовують під час вивчення туризму та соціальної психології загалом.

Групові процеси. Зазвичай група має лідера. У дослідженні Р. Тафта (1977) об'єктами були гіді, які мали певні якості лідера. Він дійшов висновку, що найкращими гідями можуть бути талановиті представники культури приймаючої сторони. Лопекс (1980) вказував, що труднощі в спілкуванні або авторитарний стиль гіді можуть завадити проведенню туру, і запропонував провести вивчення задоволення, одержаного від групових поїздок і рівня освіченості гіді.

Іноді у групі виникає вторинна мотивація. Наприклад, пріоритети віддають груповому відвідуванню музею, а не отриманню внутрішнього задоволення. Туристи, особливо мандрівники в групах, можуть бути схильні до «навішування ярликів» всередині і поза групою, що може стати причиною недружелюбності і навіть ворожості. Проблеми культурного шоку виникають найчастіше, коли соціальна поведінка туристів порушує правила місцевої культури. Перед дослідниками туризму постає завдання оцінити контакти між господарями і гістьми в розмаїтості культурних контекстів.

У вивченні туризму застосовували такі типові концепції психології оточення, як «імідж» і «юрба». Іміджі – це схеми, у яких люди і місце їхнього перебування є важливими елементами. Юрба викликала інтерес у психологів, оскільки її асоціюють із урбанізацією і зумовленим нею стресом. Люди, які його відчують, намагаються усамітнитися або «зникнути», що теж пов'язано з діяльністю в туристичній галузі, яка може забезпечити їм таку можливість.

Вивчення туризму як соціально-психологічного феномену не обмежується дослідженнями в галузі соціальної психології. Не менш важливими є проблеми методологічного знання, джерелом яких стали загальна психологія і психологія особистості. Без розуміння мотивації клієнта неможливо правильно організувати тур і запропонувати його на ринку, задовольнити бажання споживача, забезпечивши йому позитивні враження і емоції. Необхідно вивчати моделі поведінки людини в різних ситуаціях, мотивацію прийняття рішень, вибір (переваг) виду відпочинку, головні і побіжні цілі, напрямок подорожі, партнерів і туристичну фірму. Мотиви здійснення подорожей істотно залежать від віку, рівня інтелекту, заможності (наявності фінансових засобів). Туристом стають з метою відпочинку, розширення кругозору і пізнання незвіданого, розваги, з релігійних мотивів тощо. Ці проблеми досліджує психографія, методи якої широко використовують у маркетингу туризму.

Зміни в мотиваціях під час вибору подорожі спричиняють зазвичай негативні наслідки для туристичного підприємства. Неуважність до настроїв, моди, загальної політико-економічної ситуації та безлічі інших факторів, які істотно впливають на мотиваційний результат, зумовлює втрату клієнтів і економічні негаразди.

Який напрямок подорожі обере турист? Яка країна буде привабливою в певному сезоні? Який вид туризму найбільш популярний? Що вигідно запропонувати на туристичному ринку? Куди спрямувати активність у просуванні туристичного продукту? Як правильно організувати тур? – на ці питання

неможливо відповісти, не вивчаючи психології людини.

Професійне розуміння, чуття і досвід ґрунтуються на дослідженні та розумінні соціально-психологічних феноменів туризму.

9.3. Психологія конфлікту в туризмі

Туризмологія має достатньо системоутворювальних чинників для інституювання її як науки, зокрема, парадигми мислення, значний обсяг теоретичного матеріалу, власна методологія, у якій виокремлюють конфліктологічний підхід. Це означає, що явища, процеси, інститути туризму можна розглядати крізь призму зіткнення (боротьби) принципово відмінних позицій сторін.

У сфері туризму численні контакти між людьми, групами, організаціями раніше відносно невідомими одна одній, пронизують усе поле діяльності. Можна стверджувати, що в цій сфері, з одного боку, проявляється глибинна конфліктність сучасного суспільства, породжена зіткненням поглядів, інтересів, потреб мільйонів людей як складовою суспільної взаємодії, що зумовлено суперечностями, властивими світовому співтовариству, а з іншого – даються ознаки особливості туризму як специфічної активної форми життєдіяльності з налагодження порозуміння між культурами та способами життя, ведення діалогу між народами.

За всієї багатоманітності проявів конфліктної взаємодії їх можна згрупувати для вибору типових стратегій подолання конфліктів. Сенс типології соціальних конфліктів, до яких належать конфлікти у сфері туризму, полягає в тому, щоб згрупувати їх, знайти спільні ознаки, що дасть змогу розробити відповідні методи їхнього врегулювання.

Визначити спільні ознаки у типових конфліктах, які трапляються під час організування, проведення туристичних подорожей, – важливе завдання туризмології. Загальна характеристика конфліктів у сфері туризму не стала ще предметом уваги українських дослідників, тому пропонується аналіз є лише попередньою розвідкою цієї важливої проблеми.

У сфері туризму конфлікти виникають у межах широкої системи зв'язків між людьми, установами, країнами, яку вони нездатні дестабілізувати, зруйнувати, тому побоювання деяких країн з тоталітарними режимами щодо «підривної ролі» туристичних потоків необґрунтовані. Однак конфлікти є фактором, від якого залежить цілісне враження, суб'єктивна оцінка конкретної

події – туристичної подорожі певної групи.

Людина в туризмі загалом налаштована на уникнення боротьби і суперництва, спокійно-споглядальне ставлення до світу, повагу до інших культур і порядків, але водночас вона більш вразлива, менш захищена, оскільки перебуває в іншому соціокультурному середовищі, де діють невідомі закони та панують дивні звичаї. Беззахисність особливо проявляється у міжнародному туризмі, де подорожуючому протистоїть чужий світ. Іноземний турист часто побоюється видатися смішним, тому уважно спостерігає за реакцією «тубільців». Знання поточної політичної ситуації у місці ймовірного перебування туриста стає умовою його адекватного вибору.

Конфлікти у туристичній сфері не мають фатально-необхідного характеру, як у інших сферах та видах діяльності. Так, у політиці боротьба за владу – гострий непримиренний конфлікт, а у сфері ділових відносин взаємодія партнерів часто-густо є низкою конфліктів-переговорів, які дають змогу розв'язувати певні проблеми. У туристичній сфері конфлікти здебільшого виникають унаслідок недосконалого організування подорожі, неузгодженої взаємодії, як неадекватний суб'єктивно-поведінковий момент у складних ситуаціях. Безконфліктне проведення подорожей і мандрівок можливе.

Конфлікти в туризмі не мають глибокого історичного підґрунтя чи принципово несумісного культурно-цивілізаційного фундаменту. Якщо у міжетнічних конфліктах часто проявляється багатовікова ворожнеча між різними етносами, то конфлікти туристичної сфери – ситуативні, вони виникають «тут і тепер» зі зрозумілих причин, піддаються аналізу пересічного громадянина. Методологічно застереження орієнтує на те, що потенційний чи реальний турист має докладати зусиль для самоконтролю та дружнього налаштування у різних ситуаціях, які виникають саме «тут і тепер».

У функціональному аспекті конфлікти туристичної сфери зазвичай мають негативний, руйнівний, деструктивний зміст. У певних ситуаціях конфлікт допомагає виявити поліфонію поглядів, є реконструктором реального стану відносин між людьми, дає змогу висловити думки та частково реалізувати приховані наміри. Тобто конфлікт може виконувати позитивні внутріорганізаційні функції. У туристичній галузі це явище небажане, емоційно негативне, неочікуване, незаплановане, таке, що порушує спокій, призводить до руйнування стосунків. Методологічний сенс цього зауваження полягає в тому, що у конфліктній ситуації турист має орієнтуватися на стратегії уникнення, компромісу, співробітництва, а не суперництва та боротьби задля обов'язкової

перемоги.

Більшість причин виникнення конфліктів у сфері туризму закорінені у матеріально-економічних відносинах та правовій сфері, розподілі ресурсів хоча їх чинниками можуть бути розбіжності між уявленнями і реальністю порушення комунікації в групі, відмінності в поведінці та життєвому досвіді, неузгодженість уподобань тощо.

Певні підтипи конфліктів найбільше проявляються саме в туристичній галузі і менш помітні в інших сферах суспільного буття, зокрема:

- крос-культурні конфлікти, сторони яких репрезентовані представниками країни, до якої прибули туристи, та туристичною групою;
- конфлікти між організатором та конкретною туристичною групою чи туристом, які порівнюють рівень організації з заявленим і своїм досвідом тощо;
- міжособистісні та внутрігрупові конфлікти, які виникають всередині туристичної групи як тимчасового мікросоціуму;
- внутріособистісний конфлікт.

Крос-культурні та інші нетипові конфлікти у туристичній сфері подолати на практиці допоможуть базові знання про особливості життя і комунікації жителів різних країн. Так, представники далекосхідної культури (Японія, Китай) оцінюють тонкі емоції, однак намагаються їх приховувати. Рішення у конфліктних міжгрупових ситуаціях зазвичай приймають спільно. Вирішальне значення для представників цієї культури має збереження репутації, рішення часто приймають з огляду на те, щоб уберегти когось від незручності. Застосовуючи стратегію співробітництва, вони намагаються обійтись без зайвих суперечок. У конфліктах представники далекосхідної культури шанобливі і спокійні, скромність та стриманість цінують дуже високо. Існує давня традиція не вирішувати конфлікти у правовий спосіб, тобто через суд, оскільки судові рішення негнучке, лінійне, не зважає на всю сукупність обставин конфлікту.

Основною стратегією зменшення конфліктогенності туристичної галузі є запобігання виникненню конфліктів. Методи запобігання можна поділити на групи:

1. Мінімальна підготовка туристів у соціокультурному, політичному та побутовому аспектах до подорожі у регіон, специфічний за етнокультурними ознаками.

2. Формування навичок крос-культурного спілкування, відповідної поведінкової культури у місцях, де зосереджено культурні та духовні цінності країни чи регіону.

3. Обмеження матеріально-предметної діяльності туристів у заповідних, святих місцях, у центрах, де зосереджено пам'ятки культури, матеріальні та духовні цінності.

Зменшенню конфліктогенності у туристичній групі найбільше сприяє стиль пристосування, характерними ознаками якого є такі:

- прагнення лідерів групи до відновлення спокою та доброзичливості, стабільних відносин між її членами;
- розуміння, що предмет суперечок та конфліктів не надто важливий, він існує тільки у викривленій свідомості конфліктних осіб;
- усвідомлення, що краще зберегти добрі відносини, ніж обстоювати свої погляди;
- розуміння, що предмет конфлікту за шкалою цінності значно поступається добрим і врівноваженим відносинам.

Продуктивним підходом до врегулювання міжособистісних конфліктів є звернення до посередників.

Стиль згладжування зумовлений переконанням людини, що не варто сердитися та дратуватися за будь-яких обставин, адже туристична група – це «одна щаслива команда». Цей стиль вимагає не демонструвати внутрішнє незадоволення, апелюючи до «туристичної солідарності найкращої групи».

Основними правилами поведінки туристичної групи є:

- 1) давати змогу людям відчувати свою значущість, робити це щиро, а у відповідь кожна особистість розкриє свій гуманістичний та колективістський потенціал, допоможе створити доброзичливу атмосферу;
- 2) підвищувати рівень взаємного позитивного сприйняття довіри, поваги, відчуття близькості;
- 3) оптимальним засобом подолання суперечок вважати ухилення від з'ясування того, хто правий, а хто винен;
- 4) створення атмосфери довіри шляхом збільшення позитивних взаємовпливів та обміну позитивною інформацією;
- 5) намагатися знайти чи призначити «посередника» в суперечках.

Конфлікт між туристичною агенцією, яка організовує подорож, та її учасниками виникає здебільшого внаслідок нереалізованих сподівань у туристів, нечіткого розподілу відповідальності за те, що відбудеться. Регулювати конфлікт такого типу допоможуть стратегії нормалізації відносин і вирішення суті справи. Нормалізація відносин передбачає такий алгоритм: відокремити проблему від людей, які вимушені її розв'язувати, а під час спілкування виявляти симпатію та

уважно вислуховувати один одного.

Вирішення суті справи ґрунтується на виконанні кожною стороною прав і відповідальності, визначених у контракті. В Україні незадоволені туристи можуть звернутися до Товариства захисту прав споживачів. Запобігач конфлікту недвозначно сформульований договір, встановлення двосторонньої відповідальності за порушення його умов.

Складні соціально-політичні, економічні, етнонаціональні процеси, які відбуваються в сучасному світі, позначаються і на стані туризму. Його позитивні функції не скасовують реальної можливості виникнення крос-культурних, міжособистісних конфліктів, конфліктів між організатором подорожі та туристами. Основною стратегією при цьому є запобігання їм, допомагають долати конфлікти стратегії згладжування, компромісу, звернення до посередників, ділового розв'язання проблеми.

Тема 10. Педагогіка туризму

10.1. Педагогічні орієнтири туризмології.

10.2. Теоретико-методологічні засади туристичного виховання.

10.3. Теорія туристичної освіти і навчання.

10.1. Педагогічні орієнтири туризмології

Економічний і культурний потенціал країни помітно залежить від стану туристичної індустрії. Держава зацікавлена в розвитку туристичної освітньо-педагогічної парадигми. У вихованні та навчанні необхідно органічно поєднувати орієнтацію на особистісні інтереси та інтереси суспільства, спрямовувати молодь на обрання життєво правильних цілей, уникаючи крайнощів як індивідуалізму, так і колективізму. Варто визнати, що особистісно орієнтовані цінності освіти тривалий час були підпорядковані гіпертрофованим колективістським концепціям педагогічної діяльності. З огляду на це розвиток педагогіки туризму як на стратегічному, так і на тактичному рівнях має відбуватися в єдності державної, суспільної та особистісної складових, їхньої системної, інтегрованої сутності.

У теорії педагогіки виховання вивчають у двох аспектах:

а) як функцію суспільства передавати новим поколінням накопичені цінності: знання, мораль, трудовий досвід, досвід володіння та збільшення національного багатства як в організованій формі (система освіти), так і шляхом унаслідування досвіду минулих поколінь та впливу середовища;

б) як управління розвитком особистості.

Щодо туриста педагогіка туризму зорієнтована виховним полюсом, а щодо фахівця з туризму – освітнім.

Через туризм особистість зустрічається з природою, культурою, іншими людьми, формується її здатність до самореалізації, вияву моральної за змістом і активної за формою позиції «Я – Світ». Туризм дає змогу навчатися свідомому й відповідальному ставленню до життя, реалізовувати свій біологічний, психологічний потенціал, розвивати власне Я.

Отже, *педагогіка туризму* – це наука про закони освіти й виховання засобами туризму та розвиток туристичної діяльності.

Ученим і практикам педагогіки туризму варто освоїти такі основні категорії:

1. **Виховання.** Ця категорія є провідною в розробленні методологічних засад, розкриває сенс туристичної діяльності, професійної підготовки фахівців для туризму, привертає увагу теоретиків і практиків до виховних моделей туризму. Поняття «виховання» означає багатофакторний процес, який залежить від різних об'єктивних і суб'єктивних чинників. Якщо об'єктивними чинниками є соціально-історичні особливості, культурні традиції країни, система освіти, то суб'єктивними – особистісні якості організаторів виховного процесу, рівень їхньої педагогічної майстерності, психологічні особливості та ціннісні орієнтації учасників виховного процесу.

2. **Буття.** Ця категорія привертає дослідників туризму до об'єктивної реальності, характеру, специфіки, насиченості, продуктивності та конструктивності існування людини як носія фізичних, психічних і соціальних якостей, тобто наголошує на дослідженні проблеми «буття в іншому світі». У контексті цієї категорії особливого значення набувають поняття, види і форми туризму, які засвідчують різний ступінь наповнюваності та складності «буття-в туризмі» різних особистостей.

3. **Свідомість.** Категорія фіксує значення у вихованні особистості в туризмі таких аспектів: зацікавлене освоєння дійсності, здатність формувати свідоме ставлення до іншого світу, людей, власного Я. Особистість у туризмі має відповідати за задумане і вчинене, визначати цілі своєї діяльності.

4. **Діяльність.** Категорія актуалізує проблему творчої активності, здатності особистості взаємодіяти з інокультурою, цілеспрямовано впливати на неї, задовольняючи свої потреби. Важливу роль у розрізі педагогіки туризму відіграє культуротворча діяльність особистості. Визнання її пріоритету для різних вікових

груп спрямовує дослідників туризму на розроблення різноманітних соціальних туристичних програм

5. Цінність. Ця категорія займає в опрацюванні теоретико-практичних засад педагогіки туризму одне з провідних місць, оскільки морально-ціннісна площина розвитку особистості засобами туризму визнана Глобальним етичним кодексом туризму та міжнародними правовими актами з туризму. Це означає, що теоретики і практики мають більше уваги приділяти проблемі особистого вибору переваг, ціннісних орієнтацій, прихильних та неприхильних ставлень туриста до системи: «природа – культура – інша людина».

6. Мета і результат. Ці категорії в розрізі педагогіки туризму актуалізують необхідність узгодження того, до чого прагнуть організатори туризму, з тим, що вони розглядають як критерії оцінювання кінцевого підсумку. Мета – гармонійно та різнобічно розвинена особистість, здатна відповідально ставитися до природи, культури, людей, виявляти активну за формою та моральну за змістом позицію в інокультурі; результат – особистісне становлення особистості, система ціннісних ставлень до світу.

В умовах становлення педагогіки туризму, його теорії і практики, суттєвих змін у педагогічній теорії та виховній практиці, кожен туризмознавець має виробляти методологічні орієнтири: методологічні засади педагогіки туризму, методологічні основи туристичного виховання, методологію туристичної освіти і навчання, методологію управління туристичною освітою.

Методологічні засади педагогіки туризму потребують розроблення та обґрунтування основних елементів: мети, завдань, функцій та основних категорій. Дослідження методологічних основ туристичного виховання, освіти і навчання передбачає теоретичне обґрунтування та практичну реалізацію таких напрямів: гуманізація і гуманітаризація педагогічного процесу; підготовка і професійне зростання викладачів; участь висококваліфікованих фахівців у підготовці персоналу для туризму; розроблення та вдосконалення змісту туристичної освіти; фінансове забезпечення системи підготовки працівників для галузі.

Комплекс зовнішніх (екзогенних) завдань, які постають перед педагогікою туризму, насамперед визначають її функціями. Саме вони формують соціальне замовлення та місце галузі в суспільстві. Виокремлюють такі основні функції педагогіки туризму: аксіологічну (метафункція); соціальну та рекреаційну; дидактичну (навчальну); менеджерську (практичну).

Пріоритетною є *аксіологічна функція (метафункція) педагогіки туризму*, яка дає змогу з'ясувати місце туризму в ланцюзі цінностей.

Невід’ємними функціями педагогіки туризму є *соціальна і рекреаційна*. Їх можна посилити, якщо туристичний простір буде використаний з метою соціального формування особистості за допомогою школи, сім’ї, середовища, діяльності, дружнього оточення, соціальних інститутів, засобів масової інформації. У цьому контексті соціальний простір розглядають як середовище формування особистості.

Рекреаційна функція педагогіки туризму передбачає активну діяльність, яка сприяє не лише відновленню, а й розвитку фізичних, інтелектуальних та емоційних сил людини.

Дидактична (навчальна) функція педагогіки туризму потребує виконання комплексу завдань: Чому? Як? Кого? Де? і Коли? має вчити ця наука, щоб виконати соціальне та економічне замовлення на підготовку достатньої кількості конкурентоздатних фахівців туризму. До дидактичних завдань належать вивчення, узагальнення та впровадження вітчизняного і зарубіжного досвіду професійної туристичної освіти.

Менеджерська (практична) функція педагогіки туризму потребує розроблення сучасних інституціональних принципів управління туристичною освітою, особливо системи державних та галузевих освітніх стандартів, виокремлення в переліку напрямів і спеціальностей «Туризму» як галузі знань та відповідних спеціальностей сфери туристичної діяльності.

Отже, розвиток інноваційних процесів у педагогіці туризму прямо пов’язаний із завданнями забезпечення потреб ринку праці кваліфікованими спеціалістами, перетворення всіх компонентів педагогічної інноватики на інтелектуальний товар, здатний виконувати функції капіталу, тобто приносити певний комерційний прибуток його власнику. Головну функцію туризму не зразу можна виміряти в капіталі, але саме вона, піднявши рівень моральності та освіченості всієї нації, здатна вивести економіку країни на нові рубежі.

10.2. Теоретико-методологічні засади туристичного виховання

Туристичне виховання є складовою виховання загалом та сприяє взаєморозумінню і повазі між народами і суспільствами.

Мета виховання – це формування, розвиток і постійне вдосконалення особистості для досягнення наперед визначених результатів.

Туристичне виховання виконує подвійне завдання: всебічно розвиває туриста та формує толерантне мислення особистості в умовах інокультурного

буття. Однією із його проблем, яка потребує теоретичної рефлексії, є формування етичних норм у взаємозв'язку із туризмом. Необхідні корективи ціннісних орієнтацій і мотиваційної сфери особистості туриста у способах регулювання культурних конфліктів. Усталені етичні системи руйнуються, тому необхідне розроблення нових аксіологічних вимірів у конкретних видах діяльності, зокрема у туристичному вихованні. Аксіологічна та морально-етична проблематика не є принципово новим явищем для виховання, проте вона репрезентує саме ту специфічну ознаку, яка притаманна передусім сучасній теорії і практиці виховання, де загострилася суперечка про ціннісні судження.

З позиції аксіології виховання життєвий світ, що інтерпретується особистістю під час перебування на іншій території, дає потужний виховний заряд, який полягає не лише в осягненні своїх традицій і звичаїв, а й у взаєморозумінні, яке можна визначити поняттям посткласичної філософії – «дискурс». Це спосіб діалогічного аргументованого перевіряння суперечливих домагань значущості стверджувальних та нормативних висловлювань (а також дій) з метою досягнення універсального (тобто значущого для всіх, хто здатний до розумної аргументації) консенсусу. Подорожній освоює «життєвий світ», який буде для нього «своїм» доти, доки його культурний запас знань відповідатиме соціальній структурі «життєвого світу». Характеру «чужого» «життєвий світ» для туриста набуває в момент появи нового досвіду, який ситуативно з'являється під час контактів з іншою культурою. У цьому разі виховним аспектом є досягнення взаєморозуміння, толерантності. Отже, головною метою аксіології виховання в туризмі є орієнтування особистості, яка освоює «чужий» життєвий світ і культуру, на цінності, повагу до «іншого».

Головними завданнями аксіології педагогіки туризму є: обґрунтування етико-естетичних засад виховання особистості в туризмі; визначення умов виховання особистості під впливом ціннісних орієнтацій інших життєвих світів, культур, історій. Детермінуючою функцією педагогіки туризму є аксіологічна, що діє як метафункція, оскільки допомагає осмислити туризм як чинник формування ціннісної свідомості. У аксіологічному розрізі туризм визначають як спільний, постійний, доступний рекреаційний засіб доставлення особистості альтернативними просторово-часовими маршрутами до природних і культурних надбань. Різницю в оцінках туризму зумовлюють насамперед розбіжності в аксіологічних основах:

а) ототожнення цінностей із об'єктивно існуючими феноменами культурного простору на відміну від визнання їх як характеристик, пов'язаних із

оцінюванням діяльності суб'єкта;

б) розуміння цінностей як абстрактних артефактів (міфи, норми) на противагу бачення їх як предметів, важливих для розвитку суб'єкта;

в) індивідуалізація цінності (з погляду суб'єкта сприйняття) замість визнання їхньої об'єктивності як надіндивідуальної реальності.

Важливим є організований аксіологічний простір, тобто соціальне середовище, спеціально сформоване для позитивної динаміки особистості. Агентами організованого аксіопростору є численні соціальні заклади. Сучасні умови використання організованого аксіологічного простору в педагогіці туризму характеризують:

1) повною свободою вибору варіанта заняття;

2) професійною основою заняття (підготовка викладача, розроблення науково-методичного забезпечення);

3) можливістю отримання додаткової освіти, підготовкою до нової професії;

4) творчим характером діяльності.

Аксіологічне середовище постає перед особистістю в антагоністичних формах (організованих і стихійних), а з огляду на те, що вона обирає їх вільно, необхідна продумана політика в цій сфері. Особливо яскраво ілюструє антагоністичні форми аксіологічного середовища естетична функція педагогіки туризму.

Розуміння естетичної функції освіти і навчання у сучасній педагогічній науці неоднозначне. З одного боку, існує концепція, в межах якої естетику освіти і навчання розглядають поряд із усіма функціями педагогіки (І. Зязюн, Г. Сагач), з іншого – в деяких педагогічних концепціях естетична функція вирізняється як базова в організуванні образно-емоційного, естетичного освоєння літератури та мистецтва, своєрідна «естодидактика». Неоднозначне розуміння природи естетичної функції педагогіки спонукає до різного тлумачення й естетичної функції педагогіки туризму: виховання естетичних уподобань туриста чи естетична компоненти підготовки фахівців для сфери туризму. На етапі становлення педагогіки туризму суть естетичної функції педагогіки, невід'ємної від туризму, втілюється в тому, що туризм, діючи як форма мистецтва, стає втіленням естетичних задумів людини, яка подорожує, засобом задоволення її естетичних уявлень.

Естетична функція педагогіки туризму виконує такі завдання:

- *інформаційно-пізнавальне*, пов'язане із здобуттям, поновленням, удосконаленням знань особистості;

- *ціннісно-орієнтаційне* – з реалізацією естетичних переконань;
- *діяльнісно-вольове* – з реалізацією естетичних здібностей, які визначають соціально-творчу спрямованість мандрівки;
- *комунікативне*, що є моделлю емоційної та нормативної саморегуляції поведінки і діяльності туриста.

У практиці туристичної діяльності можна вирізнити такі складники естетики освіти і навчання в туризмі:

- *естетична освіта*, мета якої – формування теоретичних і ціннісних основ естетичної культури особистості;
- *естетична самоосвіта та самовиховання*, мета яких – самовдосконалення особистості.

Вихідною категорією у педагогіці туризму є естетичне, що поєднане з явищами об'єктивної дійсності, творами мистецтва, які пізнають у процесі туристичної діяльності.

Отже, педагогіка туризму виконує головну мету виховання, атрибутом якої є певне спонукання, вольове ставлення суб'єкта до очікуваного результату, його бажання, спрямованість на реалізацію мети. Кінцева мета – це самоціль усієї діяльності, однак вона не є кінцевою у буквальному розумінні слова. Її реалізація, досягнення зумовлюють постановку нових цілей. Метою туризму є: збагачення особистості моральними, етичними цінностями; поповнення та закріплення знань із культурології; оздоровлення, розвиток адаптивних можливостей організму.

У процесі реалізації мети виховання педагогіка туризму ґрунтується на основних принципах, об'єктивних за змістом, але суб'єктивних за формою, тому що вони виявляються у діяльності конкретних осіб. Принципи виховання – вихідні положення, які впливають із закономірностей виховання й визначають загальне спрямування виховного процесу, основні вимоги, до його змісту, методики та організації.

У педагогіці туризму принципи виховання застосовують щодо педагогічного процесу навчального закладу туристичного спрямування, головна мета якого – підготовка фахівців для туристичної галузі, і щодо суб'єкта туризму в умовах мандрівки, освоєння особистістю іншої культури. Під такими принципами у туризмі варто розуміти конкретні рекомендації щодо досягнення цілей туристичного виховання:

- регулювання різноманітних відносин учасників туристичної діяльності, тому що за характером існування вони мають суб'єктивний характер (визначають діяльність організаторів туризму та суб'єктів туристичної діяльності);

відображають її внутрішню суть та сенс, визначають соціальну і прикладну спрямованість виховного процесу організаторів туризму; визначають взаємозалежність і відповідність усіх компонентів процесу виховання загалом тощо);

- з'ясування провідних тенденцій виховання особистості засобами туризму;

- розв'язання суперечностей процесу виховання та умов досягнення успіхів у навчально-виховному процесі;

- визначення змісту, методів і форм виховної діяльності тощо.

Отже, *принципи туристичного виховання* – це загальні положення, які визначають мету, ідеали, зміст, методику та організацію процесу виховання особистості у туризмі.

Принципи виховання, які перебувають у тісному взаємозв'язку, створюють цілісну систему. Реалізація одного принципу пов'язана з реалізацією інших. Усі вони відображають сутність та основні особливості туристичної діяльності і, відповідно, надають фахівцю сфери туризму конкретні методологічні, теоретичні, методичні рекомендації щодо організації та проведення різних видів і форм подорожей та підготовки персоналу для туристичної галузі.

Наріжним каменем виховання у туризмі є активність та зацікавленість осіб у самовдосконаленні, стимулювання активності суб'єктів туризму до постійного самовиховання. Визнання його принципу суб'єкт-суб'єктного характеру виховних відносин означає дотримання у процесі виховання діалогічної взаємодії між вихованцями, що забезпечує інтенсивність емоційних реакцій, перебудову власної поведінки з метою подолання дисонансу між фактичною моральною ситуацією та передбачуваними наслідками певних поведінкових актів.

Аналіз досвіду сучасних педагогів-новаторів свідчить, що найефективнішим напрямом підвищення якості будь-якого виховання є створення таких психолого-педагогічних умов, в яких вихованець спроможний зайняти активну особистісну позицію та повною мірою розкритися не тільки як об'єкт виховання, а й як суб'єкт, здатний до творчого самовдосконалення.

Ефективність виховання у туризмі забезпечує використання належних методів виховання. Вони зумовлюють особливості відносин між суб'єктами туристичної діяльності, які становлять основу виховного процесу у туризмі. Без сучасних ефективних методів, новітніх досягнень педагогічної науки та практики виховання найкращих цілей та ідеалів неможливо реалізувати.

Категорія «методи виховання у туризмі» позначає способи і прийоми спільної взаємопов'язаної діяльності між суб'єктами туризму, що спрямована на оволодіння культурними інтенціями, нормами і правилами гідної поведінки,

всебічний розвиток особистості, формування загальнолюдських, національних рис, що визначено цілями педагогіки туризму.

Вибір фахівцями сфери туризму відповідних методів виховання залежить від цілей, змісту і особливостей виховних впливів на учасника туристичної діяльності, педагогічної майстерності спеціаліста галузі, методично оптимального поєднання конкретних обставин і умов перебігу виховного процесу. Люди, зайняті у сфері туризму, мають бути зорієнтовані на клієнта, оскільки вони є своєрідною частиною туристичного продукту. Професійна кваліфікація працівників сфери туризму залежить як від загальної, так і від спеціальної підготовки, орієнтованої на існуючу практику, світовий досвід і стандарти гостинності.

Відповідність змісту навчання вимогам майбутньої професійної діяльності, зв'язок навчання з виробничою практикою, навчання на робочому місці, взаємозв'язок теоретичних курсів із практичними предметами, тривале стажування на робочих місцях під час навчання у закладах вищої освіти є основою високої кваліфікації спеціалістів сфери туризму.

Особливістю формування змісту навчання кадрів для сфери туризму є їхнє орієнтування на світовий досвід теоретичної і практичної професійної підготовки, побудова ієрархічних рівнів туристичної діяльності відповідно до рівнів зайнятості в цій сфері.

Отже, туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму, який сприяє перетворенню протистояння культур на їхній діалог, збереженню природної та культурної спадщини, створює нові зони соціальної зайнятості та має більший, ніж інші, суспільні феномени, потенціал щодо забезпечення взаєморозуміння та довіри між народами.

Туристична освіта має бути універсальною, неперервною, з диверсифікованими програмами, комбінованим характером навчання, різноманітністю і багаторівневістю професійної підготовки.

10.3. Теорія туристичної освіти і навчання

Прогрес сучасного суспільства визначають знаннями, досвідом і ціннісними орієнтирами особистості, її готовністю відповідати на виклики. Зазначені орієнтири закладені в системі освіти та вдосконалюються впродовж усього життя людини.

Фахівець з туризму – це різнобічно освічена людина, яка творчо мислить, з

широким культурологічним світоглядом. Як професіонал він має бути здатний змінювати спеціалізацію у межах певного фахового напрямку. Головним капіталом фахівця з туризму є бажання задовольнити потребу туриста, надати йому професійну послугу.

Важливим завданням професійної школи завжди було розв'язання проблеми обрання змісту навчання та його структуризації, яке особливо актуалізується на сучасному етапі. Ретельно підібраний із різних наукових джерел і дидактично опрацьований навчальний матеріал має забезпечити якісну підготовку фахівців із туризму. Для цього зміст туристичної освіти варто постійно оновлювати відповідно до вимог сучасної туристичної практики, науково-технічного і суспільного прогресу.

Майбутній фахівець з туризму має розпочати самостійну діяльність, освоївши досягнення світової та вітчизняної наукової думки, сформувавшись духовно-морально, маючи стійкий інтерес до інновацій у науці, техніці, культурі та суспільному житті. Отже, туристична освіта покликана будувати сучасне і майбутнє через формування особистісних рис професіонала туризму.

Підвищення рівня підготовки та об'єктивності оцінювання якості функціонування туристичних освітніх систем зростає зі стандартизацією туристичної освіти. Ця процедура передбачає пошук дієвих механізмів надання діяльності з підготовки фахівців чіткої цільової спрямованості, підвищення відповідальності за кінцеві результати праці всіх учасників освітнього процесу – від керівників і науково-педагогічних працівників до тих, хто має володіти знаннями, уміннями і навичками майбутньої туристичної професії.

Стандартизація туристичної освіти як засіб організування освітньої діяльності у туристичній сфері дає змогу охопити складові процесу підготовки фахівців з туризму, конкретизуючи їхні властивості та взаємозв'язки; зважаючи на динаміку цього процесу, здійснювати добір способів досягнення бажаного результату за певними етапами; запроваджувати обов'язкову процедуру – зіставлення мети та результатів; здійснювати коригування цілей результатів і педагогічного процесу загалом. Отже, стандартизація туристичної освіти спрямована на досягнення оптимального рівня якості та ефективності функціонування системи туристичної освіти, характеризує змістовий аспект підготовки фахівців, процесуально-діяльнісний компонент системи.

На сучасному етапі розвитку туристичної освіти в Україні стандартизація змісту унормовується, але глибокого дослідження потребують фундаментальні основи вибору оптимальних варіантів програм освітньої і професійної підготовки.

Проте процесуально-діяльнісна складова педагогічного процесу недостатньо опрацьована, тому має бути відрефлексована науковцями та втілена на практиці. Отже, стандартизація туристичної освіти має поширюватися не лише на такі важливі параметри навчання, як знання, вміння і навички, а й на технологічні аспекти реалізації мети та досягнення результату, зокрема на виховання, формування та підготовку до професійної діяльності. Стандартизація означених складових – складне завдання, адже йдеться про оцінювання світоглядних, моральних, ментальних рис і творчих здібностей особистості. Для розв'язання зазначеної проблеми доцільно застосувати такі методи:

- використання діагностичних процедур і тестів певного спрямування у процесі професійних орієнтації, добору, діагностики;
- опосередковане оцінювання якостей і здібностей за вчинками особистості;
- експертне оцінювання;
- використання підходів, основою яких є ціннісно-цільові та системно-творчі компоненти освітньої системи, які визначають і закладають на рівні проєктування.

Створюючи вітчизняну систему освіти в туризмі, вчені зіткнулися з науково-методичними і організаційними проблемами, розв'язання яких залежить від багатьох чинників, серед яких очікування суб'єктів навчання:

- *очікування результатів навчання реципієнтами* – майбутніми працівниками галузі. Існують термінові споживачі результатів здобутої освіти, які мають прямі і непрямі витрати на навчання. Свої запити вони намагаються реалізувати, будуючи довгострокову кар'єру в галузі туризму;
- *очікування підприємців* (у приватних та державних структурах). Є прямі споживачі вмінь, які потребують їх отримати від студентів і від тих, хто працює у сфері послуг. Підприємці шукають термінових відповідей на запити споживачів щодо обслуговування на найвищому рівні;
- *очікування професіоналів системи освіти*. Їхня роль у забезпеченні якості освіти є вирішальною. Викладачі мають застосовувати сучасні методи формування особистості фахівців; володіти інформаційними джерелами і засобами педагогічної праці та новими технологіями навчання тощо.

Педагоги й організатори туристичної освіти намагаються організувати процес навчання на теоретичній основі. Студенти прагнуть здобути прагматичну освіту, тобто таку, яка б забезпечувала успішну кар'єру, та надають перевагу здобуттю вмінь і навичок, що не завжди збігається з очікуванням педагогів. Важливо взяти до уваги очікування та потреби всіх сторін – учасників системи

освіти в туризмі, інакше теоретики і практики зіткнуться із ризиками створення вузьких освітніх компонентів, які матимуть обмежену сферу застосування.

Туристична освіта має бути універсальною, неперервною, з диверсифікованими програмами, комбінованим навчанням, різноманітністю і багаторівневістю професійної підготовки. Цьому мають сприяти розроблені галузеві стандарти та сформовані блоки вибіркових дисциплін із урахуванням спеціалізації фахівців і особливостей їхньої підготовки відповідно до вимог ринку праці.

З огляду на особливості професійної підготовки фахівців туризму і готельного господарства навчання варто вибудовувати на основі технократичної моделі з елементами гуманістичного підходу. На практиці це втілюють у плані навчання, розробленому на основі Державного стандарту, який охоплює обов'язкові дисципліни, спеціальні та елективні курси спеціалізації.

Туристичне виробництво орієнтується на специфіку індивідуальних потреб туристів, тому професійна підготовка менеджерів туризму і готельного господарства має ґрунтуватися на принципах педагогічної дидактики.

Професійна освіта у сфері туризму має сприяти його професіоналізації, зміцненню позитивного впливу на всі сфери життєдіяльності.

Туризмологічний словник

Аксіологія туризму – концептуально понятійний спосіб визначення ціннісного сенсу туристичної діяльності.

Анімація (лат. *anima* – душа, одухотвореність) – інноваційний вид туристичної практики, організації дозвілля, мета якої наповнити сенсом розважально-ігрові програми туропереїтингу.

Аніматор – фахівець із формування анімаційних програм та розроблення анімаційних туристичних маршрутів.

Антропологія туризму (грец. *antropos* – людина) – розділ філософії туризму, який розглядає туризм як суто людське підприємництво, вид самореалізації та активності, метою якого є задоволення потреби у самоідентифікації здійснення подорожі.

Атракція – природний історико-культурний об'єкт (сукупність об'єктів), елемент туристичних ресурсів, який за своїми властивостями цінний і привабливий для туристів, облаштований і придатний для використання в рекреаційно-туристичній діяльності.

Відвідувач (у туризмі) – особа, яка прибула на відпочинок чи з туристичною метою. На практиці зазвичай використовують поняття «тимчасовий відвідувач», яким називають людей, які перебувають у відвідуваній країні чи на об'єкті туризму не менше 24 год. з метою розваг, відпочинку, зміцнення здоров'я, релігійною чи спортивною, з діловими цілями, або екскурсантів.

Відповідальний туризм – усвідомлення наслідків туристичної діяльності, що забезпечує раціональні, виважені дії.

Віртуальні подорожі – здатність на підставі антропологізованої інформації мандрувати в «кіберпросторі»; спосіб надання уявним переміщенням топологічної, часової і змістової визначеності.

Гедонізм (у туризмі) (грец. *hedone* – насолода) – прагнення одержати задоволення, насолоду від подорожей.

Географія туризму – розділ туризмології, галузь географічних знань про просторові закономірності функціонування туризму, територіальну організацію туристичного господарства, особливості його розвитку в різних регіонах та країнах (регіональні виміри туризму).

Герменевтичний потенціал туристичної діяльності – освоєння цінностей культури, яке здійснюється впродовж туристичних подорожей засобами особистого усвідомлення, витлумачення та інтерпретації (розшифрування,

розкодування сенсів).

Глобальний етичний кодекс туризму – документ, ухвалений на XIII Генеральній Асамблеї Всесвітньої туристичної організації (м. Сантьяго, Чилі, 1 жовтня 1999 року). У Кодексі визначено основні правила і принципи діяльності, спрямовані на відповідальний і сталий розвиток світового туризму; охарактеризовано чинники, які спричиняють функціонування туризму як суспільного явища, розкрито соціальний і моральний вплив цивілізованої туристичної практики на всі сектори суспільного життя.

Гносеологія (у туризмі) – теоретико-методологічні знання про специфіку пізнавального процесу осмислення туризму як суспільного феномена.

Гостинність – найважливіша споживча властивість туристичного продукту, яка забезпечує гармонійне поєднання туристичних послуг з організування відпочинку і люб'язного поводження обслуговуючого персоналу з метою задоволення потреб гостей та гарантування їхньої безпеки, фізичного і психологічного комфорту.

Дестинація – туризмологічний концепт, який визначає територію (місце, місцевість), наділену властивостями приваблювати туристів та задовольняти їхні різноманітні потреби, пристосовану (облаштовану) для цього на якісному та безпечному рівні. Дестинації формуються на основі спільного використання туристичних ресурсів складовими індустрією туризму певного порядку, що визначає ієрархічний рівень дестинації, її масштаби.

Екологія туризму – розділ туризмології, вчення про оптимальну цивілізовану взаємодію туризму із природним середовищем з метою нейтралізації негативних впливів на біосферу, формування культури коекзистенції (співіснування) людини і природи.

Економіка туризму – розділ туризмології, прикладна соціоекономічна наука, яка вивчає поведінку людей у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичних продуктів з метою задоволення потреб подорожуючих.

Екскурсія – туристична послуга, туристичний маршрут, який забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів.

Екскурсіологія – розділ туризмології, який у теоретико-концептуальний спосіб висвітлює історію, теорію та практику екскурсійної справи.

Етика туризму – розділ туризмології, який досліджує моральні засади поведінки учасників туристичних подій, формує моральну культуру суб'єктів туристичного процесу в системі основних етичних понять (обов'язок, відповідальність, справедливість, свобода, толерантність, повага, довіра тощо).

Етичний вимір туризму – ціннісно-оцінне ставлення до туризму як специфічного різновиду людської діяльності у координатах добра і зла та інших категорій етики.

Естетика туризму – художньо-естетичні можливості туризму, які сприяють формуванню емоційного, образного, символічного ставлення мандрівника до природного, культурного, соціального середовища.

Індустрія туризму – міжгалузевий господарський комплекс, інтегрована система видів діяльності, об'єднаних спільністю мети та суспільним призначенням задовольняти потреби населення у проведенні дозвілля під час подорожі шляхом створення та реалізації туристичного продукту.

Інститут гостинності – сукупність установ та закладів, що забезпечують надання професійних послуг людям, які тимчасово залишили місце свого постійного проживання.

Інформація в туризмі – знання про можливості задоволення потреб подорожуючого; нормативні, технічні, фінансові та часові відомості про туристичні ресурси, які розташовують в інформаційних мережах, Інтернеті, спеціалізованих глобальних дистриб'юторних системах.

Історія туризму – дослідження і фіксування процесу становлення та розвитку туризму як суспільного явища, а також логіки та об'єктивних закономірностей цього процесу.

Історико-культурні ресурси – історичні та культурні цінності, які використовують в рекреаційно-туристичній діяльності: археологічні, архітектурні пам'ятки, пам'ятні місця, пам'ятки містобудування і монументальна скульптура, техногенні об'єкти, традиційна (етнічна) культура місцевого населення (етнічна кухня, побут і традиції, обряди, фольклор тощо).

Класифікація туризму – критеріальний поділ туризму на види та типи. Критеріями класифікації можуть бути: суб'єкт туристичної діяльності (індивідуальний, груповий, сімейний тощо); регіон перебування (місцевість, країна); спосіб організування (самодіяльний, організований); мета (релаксаційний, рекреаційний відпочинок), реабілітаційність (санаторне оздоровче лікування); віковий статус (дитячий, молодіжний, людей «третього віку»); транспортні засоби (автомобільний, водний, авіакосмічний, автобусний, пішохідний, залізничний, велосипедний) тощо.

Комунікативна культура (в туризмі) – забезпечення невимушеного, добровільного спілкування, що ґрунтується на довірі, толерантності та взаємоповазі в процесі туристичних контактів.

Комунікація (в туризмі) – соціально значущі, культурно-особистісні зв'язки, які можуть вплинути на ключові життєві цінності та орієнтири мандрівника.

Концепт (*лат. conceptus – поняття*) – основна одиниця концептуальної логічно побудованої та науково обґрунтованої схеми, що функціонує в режимі усвідомлення-пояснення.

Концептуалізація – процедура теоретичного організування емпіричного матеріалу (зокрема, туризмологічного характеру).

Концепції туризму – системи наукових поглядів на туризм, які відображають його сутнісні характеристики та конкретні функції (економічну, соціальну, інтегративну, моральну, культурну тощо); складові туризмології як системної комплексної теорії.

Крос-культурна комунікація (в туризмі) – взаємодія представників різних національних культур, які мають нетотожні координати сприйняття культурних символів та цінностей. Унаслідок цього відбувається інкультурація – самоототожнення суб'єкта з іншою культурою, що дає змогу «зсередини» оволодіти культурними сенсами («занурення»).

Культурологія туризму – розділ туризмології, теорія культурних трансформацій особистості в контексті її перебування в інших соціокультурних середовищах.

Мандрування – процес реалізації під час подорожі певної змістової мети, що безпосередньо залучена до «життєвого світу» особистості, яка подорожує, визначає її подальшу смислоутворювальну перспективу.

Методи туризмології – наукові засоби, які туризмологи використовують для осмислення, упорядкування, узагальнення наукової, освітньої чи практичної діяльності в галузі туризму. Сукупність наукових прийомів та засобів досягнення поставленої мети формує відповідну методологію туризмологічних досліджень.

Міжнародне туристичне право – сукупність принципів і норм, які регулюють діяльність держав у сфері туризму і міжнародних подорожей.

Мотивація (у туристичній подорожі) – спонукальна причина під час вибору подорожі: можливість самореалізації, турбота про здоров'я, потреби в розвагах і спілкуванні з людьми, задоволення культурних потреб, заняттях улюбленою справою у середовищі однодумців, навчанні тощо.

Музеєлогія – розділ туризмології, наука про музеї, яка вивчає процеси збереження соціальної, культурної інформації, створює та розвиває теоретичні та науково-методичні основи практики музейної справи.

Музей – багатофункціональний інститут соціальної інформації, призначений для збереження культурно-історичних та природних цінностей.

Онтологія туризму – розділ філософії туризму, вчення про туризм як певну реальність, що розкриває його сутнісні характеристики, принципи розвитку, визначає туризм як соціальний інститут, специфічну суспільну практику.

Педагогіка туризму – розділ туризмології, який вивчає проблеми професійної підготовки фахівців для туризму та процеси виховання і розвитку особистості у контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму.

Подорож (мандри, проща, відвідування) – туризмологічний концепт, прояв однієї із базових сутностей людського буття, універсальний культурний прояв, засіб реалізації інтересу до життя; створення фрагментів власної біографії.

Прагматика в туризмі – сприйняття туризму як засобу підприємницької діяльності, наявність меркантильного, бізнесового змісту діяльності туристичних установ; домінуюча орієнтація на практичну вигоду, зиск від туризму.

Праксеологія туризму – складник туризмології, який забезпечує ціннісне уявлення про практику туризму в її найрізноманітніших проявах і формах; визначає наукові засади організації туристичних підприємств; формулює концепцію діяльності, що має статус програмного проєкту, теоретичне підґрунтя моделювання розвитку туризму, програми та плани його вдосконалення.

Принципи туризмології – вихідні положення, які визначають сутність та напрями наукових досліджень феномену туризму. До них належать: принцип історизму, що передбачає дослідження становлення та збагачення теорії туризму у хронологічній послідовності; принцип системного підходу, який дає змогу аналізувати туризм як відносно цілісне складне суспільне явище; діяльніший принцип, що визначає туризм як особливий вид багатоаспектної людської активності; рекреаційний принцип, який формує розуміння туризму як важливого засобу релаксації, відпочинку; культурологічний принцип – сприйняття туризму як плідного засобу задоволення різноманітних культурних (духовних, зокрема моральних і естетичних потреб); гуманістично-антропологічний принцип – сприяння самореалізації людини як особистості.

Проща – вид релігійної подорожі до святих місць заради спокутування гріхів, зазвичай, канонічна, сакралізована, наповнена особливим значенням і сенсом.

Психологія туризму – розділ туризмології, який досліджує закономірності та особливості психічної діяльності людей – індивіда, туристичної групи, працівників туристичної галузі у сфері туризму, зокрема психологічну структуру

особистості туриста (спрямованість, потреби, мотивація, установки, розвиток, саморозвиток, пізнання тощо, його поведінку і діяльність).

Рекреалогія (лат. *recreatio* – відновлення і *logos* – слово, вчення) – розділ туризмології, який досліджує процеси і методи відновлення фізичних та ментальних сил людини за допомогою рекреаційних ресурсів (об’єктів та явищ природного і антропогенного походження), що використовують для лікування, відпочинку, оздоровлення.

Рекреаційно-географічний (туристичний) простір – частина географічного (природного, суспільного, культурного, економічного) простору, в межах якої відбуваються рекреаційно-туристичні явища та процеси; функціонально окремий витвір людини, яка використовує географічне, природне і суспільне середовище з метою рекреації і туризму, формуючи його відповідно до своїх потреб у відпочинку, лікуванні, пізнанні та отриманні вражень.

Релаксація (в туризмі) – відпочинок, зменшення нервової та фізичної напруженості, відновлення життєвих і духовних сил засобами туризму.

Ринок туристичних послуг – сукупність соціоекономічних відносин, які формуються у сфері задоволення потреб подорожуючих у місцях їхнього тимчасового перебування (об’єднує мікроринки різних видів послуг – туроператорських і турагентських, транспортного обслуговування, курортно-лікувальних, готельних, екскурсійно-розважальних, рестораних тощо).

Синергія культур у туристичній діяльності – процес міжкультурної спонтанної взаємодії учасників туристичних заходів, виникнення внаслідок цього інноваційного туристичного продукту.

Соціалізація в туризмі – долучення до світу культури такими соціально значущими засобами, як: мандрювання, подорожі, екскурсії.

Соціальна філософія туризму – галузь соціально-філософського знання, яка вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища (соціального інституту) у зв’язку з соціальними, політичними, економічними і культурними сферами суспільства.

Соціологія туризму – розділ туризмології, який досліджує структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища, його зв’язок із соціальними, політичними, економічними та культурними сферами суспільства.

Сталий (збалансований) розвиток туризму – організування туристично-рекреаційної діяльності, яка розвивається таким шляхом, на такому рівні, в таких масштабах, що забезпечують її життєздатність протягом тривалого часу, не призводять до деградації або зміни навколишнього природного та

соціокультурного середовища, в якому вона функціонує, до рівня, який заважає успішному розвитку та здійсненню інших видів діяльності.

Статистика туризму – розділ соціальної статистики, який зосереджений на упорядкуванні та систематизації кількісної інформації про стан туризму в територіальному, інституціональному і соціально-структурному аспектах.

Стратегія сталого розвитку туризму – перспективна програма стабільного зростання туристичної індустрії, що забезпечує соціально-економічний розвиток регіонів з урахуванням необхідності збереження сприятливого стану навколишнього середовища, раціонального використання природних ресурсів і культурної спадщини. Концепцію сталого розвитку туризму було сформульовано в матеріалах Міжнародної конференції WTO (Ріо-де-Жанейро, 1992), Гаазької декларації по туризму (1989), Глобальному етичному кодексі туризму (Сантьяго, Чилі, 1999).

Структура туризму – поняття, яке системно визначає суспільну природу туризму, сукупність його складників, які забезпечують його існування та еволюцію, ступінь розвинутості, повноту наявності всіх необхідних ланок, їхнє розташування (ієрархію, субординацію), порядок, взаємозалежність.

Суб'єкти туристичної діяльності – підприємства туристичної галузі та інфраструктури туризму, які визначають можливості використання природного, економічного та соціально-культурного потенціалу території будь-якої країни чи регіону з метою задоволення рекреаційних та інших потреб туристів і відвідувачів (забезпечують посередницьку діяльність у галузі туризму), виробництво, реалізацію та споживання туристичних продуктів і послуг.

Сфера туризму – відкрита суспільна динамічна система, яка складається із взаємодіючих підсистем: а) територіально-господарської, що формується ресурсами, умовами і можливостями конкретної території щодо розвитку туризму; б) виробничо-господарської, до якої належать суб'єкти з надання послуг гостинності (готельний, ресторанний бізнес, дозвілля), транспорту, організування подорожей, екскурсій (галузь туризму) та оздоровчо-лікувальної діяльності (курортна справа); в) інституційно-організаційної, яка охоплює правове, фінансово-економічне регулювання туристичної діяльності, а також її кадрове та наукове забезпечення.

Територіальна структура туризму – поняття, яке відображає співвідношення туристичного процесу з ресурсами і можливостями території щодо задоволення туристичного попиту. Територіальну структуру туризму відображено системою елементів, які можуть бути дискретними або ареальними

залежно від рівня концентрації явища та ступеня інтегрованості структурних компонентів. Відповідно до обраних критеріїв елементи територіальної структури типізують, виокремлюючи пункти (найменші територіальні утворення), центри та вузли (характеризуються найбільшою локальною інтегрованістю) як дискретні утворення та курорти, курортні райони і курортні зони як ареальні утворення.

Туризм (у контексті туризмології) – багатоманітність відносин і явищ, які виникають у процесі життєдіяльності людини, яка подорожує; соціально-культурний інститут, що забезпечує інтереси та потреби людини-мандрівника, регулює взаємодію туриста із різними секторами туристичної інфраструктури (гостинність, аніматорські центри тощо).

Туризмографія – концепт теорії туризму, що фіксує всі відомості про організовані подорожі, включає описи, звіти, щоденники мандрівників, усні розповіді (наративи), книги, статті та інші зразки наукового, епістолярного чи белетристського жанру.

Туризмознавство – найзагальніше поняття туристичної науки, яке охоплює будь-яке знання про туризм – загальне і часткове, теоретичне та практичне, абстрактне і конкретне, раціональне і чуттєве, ідеальне та реальне.

Туризмолог – професіонал-науковець у галузі туризму, здатний теоретично осмислювати феномен подорожування, здійснювати наукове опрацювання туристичної проблематики.

Туризмологія – методологічна соціоекономічна та гуманітарна наука (дисципліна), яка вивчає закономірності функціонування і розвитку феномену туризму, формулює понятійний апарат, з'ясовує методи, принципи, функції теорії туризму.

Туризометрія – складник наукового вчення про туризм, що здійснює математичні «виміри» туристичної діяльності, різноманітні статистичні розрахунки, обчислює туристичні потоки тощо, дані про які застосовують для визначення економічної, соціальної та культурної ефективності туризму.

Турист – особа, яка здійснює подорож у межах або за межі країни на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування у визначений термін.

Туристична інфраструктура – матеріально-технічна база розвитку туризму на певній території, представлена точковими (будівлі, споруди), площинними (майданчики, корти тощо) та лінійними (комунікації, підйомники тощо) об'єктами.

Туристичне право – система юридичних міжнародних і національних

норм, що регулюють відносини та поведінку в сфері туризму.

Туристичний продукт – туризмологічний концепт, який характеризує комплекс туристичних послуг (перевезення, розміщення, організування відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Туристичний кластер – локальні об'єднання суб'єктів індустрії туризму за цільовим призначенням відповідно до його видів та форм на основі спільного використання туристичних ресурсів і можливостей території.

Туристичний процес – комплекс туристичних міграцій (рух туристичних потоків) та споживання туристичних благ (ресурсів, послуг, товарів), що здійснюється під час цих переміщень і забезпечується діяльністю суб'єктів туристичного ринку. Суб'єктом цього процесу є турист, який добровільно, відповідно до власної мотивації переміщується в просторі, вступаючи в певні економічні та позаекономічні відносини з комерційними (ринковими) суб'єктами – фізичними та юридичними особами, метою діяльності яких є отримання прибутку в процесі обслуговування туриста під час переміщення та відпочинку.

Туристичні цінності – поняття «належного» та бажаного, того, що набуває для учасника туристичних подій статусу «значення», «сенсу».

Феномен туризму – образ туризму як явища, що осмислюється в межах чуттєвого та раціонального досвіду, внаслідок чого з'ясовуються його сутнісні характеристики.

Філософія туризму – філософське осмислення феномену туризму і вид прикладної соціальної філософії; світоглядна, теоретико-методологічна основа туризмології.

Функції туризмології – сучасне визначення основної ролі туризмологічного знання, її наукового і практичного призначення: з'ясування суті туризму як соціального явища, його смислового значення; систематизування наукових підходів до розуміння феномена туризму; з'ясування генези та еволюції, поглиблення змісту концепцій туризму як відносно самостійних наукових дисциплін; визначення у понятійний спосіб основних соціоекономічних та культурно-гуманістичних чинників туризму; розроблення його тезаурусу, словниково-категоріального апарату; виявлення суперечливого характеру туризму, його позитивних і негативних можливостей; з'ясування діалектики зв'язків між теорією і практикою туристичної діяльності тощо.

Рекомендована література

Основна

1. Абрамов В. В. Конспект лекцій з дисципліни «Туризмологія» / В. В. Абрамов. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 71 с.
2. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху : підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335 с.
3. Олійник Я. Б. Теоретичні основи туризмології : навч. посіб. / Я. Б. Олійник, А. В. Степаненко. – К. : Ніка-Центр. 2005. – 316 с.
4. Основи туризмології : навч. посіб. / [О. А. Кручек, С. Ф. Соляник, О. В. Парубець та ін.]. – Херсон : Олді-Плюс, 2020. – 234 с.
5. Панасюк К. А. Основи туризмознавства : курс лекцій / К. А. Панасюк. – Донецьк : Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, 2012. – 101 с.
6. Редько В. Є. Основи туризмознавства : посібник до самостійного вивчення дисципліни / В. Є. Редько. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2014. – 63 с.
7. Сокол Т. Г. Основи туризмознавства : навч. посіб. / Т. Г. Сокол. – К. : ЗАТ «Слов'янський дім», 2006. – 76 с.
8. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. – 463 с.
9. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / [В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. – К. : ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.
10. Туризмологія (теорія туризму) : навчально-методичний посібник зі спецкурсу / [В. С. Пазенюк, В. К. Федорченко, О. А. Кручек та ін.]. – К. : КУТЕП, 2010. – 70 с.
11. Устименко Л. М. Основи туризмознавства : навч. посіб. / Л. М. Устименко. – К. : Альтерпрес, 2009. – 320 с.

Додаткова

12. Кручек О. А. Туризмологія: процес формування теорії туризму / О. А. Кручек // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Вип. 8. – С. 139-166.
13. Лукашевич М. П. Соціологія туризму : курс лекцій / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандор. – Ужгород : Мистецька лінія, 2008. – 340 с.
14. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. / О. О. Любіцева. – [3-тє вид., переробл. та доповн.]. – К. : Альтерпрес, 2006. – 436 с.
15. Миронов Ю. Б. Дослідження сталого розвитку туризму в сучасній науковій парадигмі / Ю. Б. Миронов, М. Ю. Барна // Роль та значення індустрії туризму й гостинності у розвитку територій, громад, держави : монографія. – Львів : ЛТЕУ, 2022. – 264 с. – С. 6-18.

16. Миронов Ю. Б. Соціальне партнерство в туризмі: детермінанти та соціально-економічні механізми розвитку за сучасних умов / Ю. Б. Миронов, Ю. В. Михальський // Вісник ЛТЕУ. Економічні науки. – 2018. – Вип. 56. – С. 55-59.
17. Пазенок В. С. Філософія туризму : навч. посіб. / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко. – К. : Кондор, 2009. – 265 с.
18. Педагогіка туризму / [В. К. Федорченко, Н. А. Фоменко, М. І. Скрипник та ін.]. – К. : Видавничий дім «Слово», 2004. – 296 с.
19. Скляр Г. П. Генезис постнекласичного прикладного туристичного знання: онтологічні виклики практичного розуму / В. П. Скляр // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2018. – № 1 (86). – С. 49-55.
20. Федорченко В. К. Туристичний словник-довідник / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. – К. : Дніпро, 2000. – 155 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

21. Все про туризм: туристична бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tourlib.net/>.
22. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unwto.org/>.
23. Державна служба статистики України. Економічна статистика: Туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm.
24. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.

Навчальне видання

Туризмологія

Опорний конспект лекцій

Укладач: Миронов Юрій Богданович

Літературний редактор – Кушлик В. В.

Коректор – Мох О. П.

Оригінал-макет видавництва

Львівського торговельно-економічного університету