

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

## **ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

**з навчальної дисципліни**  
**«ТУРИЗМОЛОГІЯ»**

для студентів спеціальності 242 «Туризм»  
ступеня магістра

Полтава – 2016

Укладач: Скляр Г. П., д. е. н., завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавського університету економіки і торгівлі», професор.

**ЗМІСТ**

Тема 1. Туризмологія як соціогуманітарна наука .....	4
Тема 2. Генеза туризмологічного знання .....	6
Тема 3. Теоретико-методологічні складові туризмології .....	12
Тема 4. Філософія туризму як методологічна та концептуальна основа туризмології.....	14
Тема 5. Історія та антропологія туризму .....	19
Тема 6. Географія туризму.....	21
Тема 7. Соціологія туризму .....	24
Тема 8. Культурологія туризму .....	32
Тема 9. Психологія та етика туризму .....	37
Тема 10. Педагогіка туризму .....	42
Тема 11. Праксеологія туризму .....	46
Перелік інформаційних джерел.....	47

## **Тема 1. Туризмологія як соціогуманітарна наука**

*Актуалізація потреби створення теорії туризму пов'язується з:*

- необхідністю критично переосмислити та систематизувати різні підходи до теоретичних положень і концептуальних моделей досліджень туризму;
- потребою спрямувати теорію туризму на розвиток туристської індустрії.

Теорія туризму (туризмологія) має у системно-структурному вигляді відобразити феномен туризму, всі його складові. Отже можна запропонувати наступне визначення туризмології.

*Туризмологія* – теорія туризму, галузь соціокультурного та бізнес-економічного знання, яке характеризується розгалуженими науковими зв'язками, які фокусуються в теоретичному усвідомленні і концептуальному оформленні багатоаспектного феномену туризму».

Сучасний туризм вивчається та керується тільки за допомогою різних наукових галузей. Тому туризмологія – наука універсальна, яка «обслуговується» певною кількістю споріднених наук и сама перетворюється на складову цих наук..

*Теорії туризму мають ґрунтовний зв'язок з іншими науками.*

В останні десятиріччя туризм розвивається і утверджується як динамічне, комплексне та багатогранне за своїм характером явище.

Зазначені характеристики разом із зростанням його ролі у житті суспільства обумовили інтегральний підхід при його вивченні, аналізі та управлінні.

Різні аспекти функціонування туризму практично сформувались у такі напрямки досліджень: економічний, політичний, культурний,

психологічний, соціальний, географічний. Поступово туризм знайшов своє місце у предметах багатьох наук, що в свою чергу, сприяло розширенню і ускладненню його власного предмета.

Наразі туризм може вивчатись і управлятись тільки загальними зусиллями спеціалістів різних наукових галузей.

Виходячи з такої позиції, багато авторів розглядають знання про туризм як універсальну науку, яка „обслуговується” низкою суміжних

наук і сама перетворюється у складову цих наук.

У публікаціях вчених у галузі туризму інтегральний підхід реалізується у застосуванні багатьох методів і елементів, які запозичені з інструментарію розвинутих і сталих наукових напрямків.

## Тема 2. Генеза туризмологічного знання

### *Основні етапи становлення туризмологічного знання*

Антична філософія про подорожі	Фалес, Солон, Піфагор, Платон, Анахарсіс, Прокл
Сутність, характер подорожей в епоху Середньовіччя	Св. Августин, Фома Аквінський
Виникнення туризму в Новий час	Ф. Бекон «Про подорожі»
Становлення науки про туризм Доіндустріальний етап	1. Накопичення знань про туризм 2. Раціональне узагальнення знань про туризм
Становлення науки про туризм Індустріальний етап	Виникнення наукових знань про туризм 1. Друга половина XIX ст. - створення туризмологічних моделей розвитку туризму, розробка туристичної термінології. 2. З початку XX ст. - виникнення національних туризмознавчих шкіл, міжнародних, наукових і громадських організацій

Теорія – це логічне узагальнення досвіду, суспільної практики. Теорія туризму не є виключенням. Знання про туризм виникали і накопичувались протягом всього періоду його становлення та еволюції.

Туризм є відносно новим соціально-економічним явищем. Подорожі, що здійснювались до XIX сторіччя, не можна вважати туризмом у сучасному розумінні. Більшість вчених-спеціалістів сходяться на тому, що сучасний туризм зі своєю структурою, матеріальною базою, методами роботи почав складатися тільки в XIX ст.. Новими і незавершеними є й знання в цій галузі. Саме тому теорію туризму слід сприймати та вивчати як „відкрити” систему логічно упорядкованих наукових знань про зазначене явище. Формування теорії туризму пов’язане та обумовлене процесом перетворення туризму в суспільно значимий фактор, який має серйозні наслідки для розвитку людської цивілізації в її новій історії.

Відомо, що будь-яке знання є результатом і одночасно виразником об'єктивних людських потреб. Це справедливо і по відношенню до знань з туризму, які виникали та утверджувались внаслідок масовості цього явища та перетворення його з індивідуальної до суспільної потреби.

До другої половини XIX сторіччя туризм розвивався як елітарне і індивідуальне за своїм характером явище, яке не мало особливого значення та наслідків у суспільному житті. Його масовий розвиток розпочинається з появою та утвердженням капіталістичних суспільних відносин у Західній Європі. Саме тут, а точніше у країнах Альпійського регіону, отримують розвиток перші масові види туризму – бальнеолікування і рекреаційний туризм.

Відповідно саме у Австрії, Швейцарії, Німеччині у другій половині XIX ст. помічені перші спроби систематизації знань, пов'язаних з тими або іншими процесами в галузі туристичного розвитку.

Зокрема, дослідники вказують на доповіді Eduard Fritler з проблем швейцарського готельного господарства, у Цюриху в 1883 році, Joseph Stradner на конгресі з прискорення туристичного розвитку в австрійських провінціях у м. Грац у Австрії у 1884 році.

На цей же час приходиться і виникнення туристичної термінології та методики, які є елементом будь-якої науки.

Наприкінці XIX – початку XX сторіччя найбільш значущими подіями у розвитку теорії туризму вважаються такі:

1896 р. – Е. Фльолер видає наукову працю „Значення туристичної статистики”;

1917 р. – І. Штраднер з університету в м. Грац у книзі „Прорив туризму” досліджує вплив туризму на місцеву економіку і розвиває теорію периферійного туристичного споживання. У зазначеній праці вперше запроваджуються терміни „географія туризму” (Fremdenverkehrsgeographie) і „туристичний район” (Fremdenverkehrsgebiet);

1919 р. Карл Спютс з Віденя вводить і визначає термін „туристична індустрія” (Fremdenverkehrsgewerbe);

1924 р. – Рене Бланшар із Франції публікує свою працю „Туризм у Французьких Альпах”;

1925 р. – Андреас Маріоті із Римського університету розпочинає викладати дидактичні проблеми туризму. [19, с. 11].

Вказані дослідження дають підстави стверджувати, що у кінці XIX – початку XX сторіччя були закладені засади сучасної теорії туризму як важливого явища суспільного життя.

*Основні етапи і тенденції у розвитку сучасної теорії туризму*

Початок сучасної теорії туризму може бути пов'язаний з появою і розвитком його створювачів та інституціональних носіїв. Це, перш за все, всі спеціалізовані навчальні та дослідницькі установи, які заклали основи і розпочали дослідження в галузі туризму. В окремих історичних дослідженнях відображені приклади появи і діяльності навчальних закладів, які вважаються первісними створювачами та носіями теорії туризму:

- 1919 р. – створюється Вище училище готельного господарства і транспорту в Дюссельдорфі (Німеччина);

-1929 р. – засновано Дослідний інститут туризму при Вищому торговому училищі у Берліні;

-1934 р. – створено Науково-дослідний інститут туризму при Вищому

училищі світової торгівлі у Відені (сьогодні – економічний університет);

-1941 р. – у Швейцарії засновано Інститут досліджень з туризму у м. Берн і семінар з туризму в Сент-Гален, де були надруковані перші фундаментальні праці з туризму професорів Валтера Хунцикера і Курта Крапфа.

Наведені приклади свідчать, що Європа є не тільки колыскою туризму, але й наукою про нього. Певний внесок у теорію туризму був зроблений в США. В 1932 р. у Вашингтонському університеті вперше представлена навчальна програма з готельної справи. Через рік американський професор Р. Бран надрукував свою працю „Бізнес-рекреації”, де вперше використав термін „рекреація” (recreation).

Наукові досягнення у галузі туризму в період після Другої Світової війни пов'язані з декількома подіями. У 1949 році у Швейцарії (м. Берн) заснована Міжнародна асоціація наукових експертів з туризму (AIEST), яка приступила до видання журналу „Revue de tourisme”. Велику роль у становленні цієї установи як авторитетного наукового закладу відіграв швейцарський професор Клод Каспар – президент AIEST протягом багатьох років.

Пізніше теорія туризму розпочала розвиватись і в східноєвропейських країнах. У середині 50-х років у Польщі було створено Науково-дослідний інститут туризму при Вищому училищі статистики і планування у Варшаві. У 60-ті роки у Лябляні і Спліті (СФРЮ) розпочалось навчання фахівців з туризму з вищою освітою. У 70-ті роки аналогічні заклади були створені у Болгарії, СРСР, Угорщині, Чехословакії.

Формування і утвердження теорії туризму є результатом не тільки



діяльності інституцій, але і праці вчених, прізвища яких назавжди залишаться в історії як її засновників. Вагомим є внесок у даному напрямку швейцарських професорів Kurt Kraft і Walter Hunzicker, які на початку 40-х років ХХ сторіччя розробили основи теорії туризму.

Традиції швейцарської наукової школи пізніше і до наших часів продовжують і збагачують Paul Risch, Jost Krippendorf, які відомі у цілому світі своїми працями з проблем туристичного маркетингу і збереження навколишнього середовища в процесі туристичного розвитку. Їх земляка професора Claude Kaspar також знають у науковому світі як автора фундаментальних досліджень у багатьох галузях туризму.

З австрійської наукової школи з туризму заслуговують уваги такі вчені як: P. Bernecker, J. Stradner, W. Edner, J. Mazanec, E. Spatt, а з німецької – G. Walterspiel, B. Pfister, H. Sauermann.

Вагомий внесок у розвиток теорії туризму здійснили і радянські вчені: В.І. Азар, М.А. Ананьєв, П.М. Зачиняєв, И.В. Зорін, В.А. Кватальнов, Н.П. Крачило, М.Е. Немоляєва, М.С. Фалькович, В.К. Федорченко.

В Україні на сьогоднішній день найбільш сформованою можна вважати систему наукових поглядів на туризм, які пов'язані з дослідженням географії туризму, просторових аспектів розміщення туристських ресурсів, розробкою методології формування та розвитку територіальних рекреаційних систем. Вагомий внесок у розвиток цих ідей зробили українські вчені О.О. Бейдик, Ю.А. Заставний, М.П. Крачило, О.О. Любіцева, Б.П. Яценко та інші.

Економічні дослідження туристської проблематики відображені в працях українських фахівців: Агафонові Л.Г., Євдокименка В.К., Долішного М.І., Карсекіна В.І., Ковешнікова В.С., Коніщевої Н.Й., Стиченка Д.М. Історичні аспекти розвитку туризму висвітлено у роботах Дьорової Т.А., Поповича С.І., Тронька П.Г., Федорченка В.К. Туризм як соціальний інститут розглядається в наукових працях Мініч І.М., Пазенка В.С., Яковенка Ю.І.

Провідні тенденції у розвитку теорії туризму на сучасному етапі його розвитку, (починаючи з середини ХХ сторіччя), можуть бути угруповані у три такі напрямки: кількісний, структурний та якісний.

Основні кількісні тенденції полягають у наступному:

а) Збільшується число навчальних і дослідницьких закладів у сфері туризму.

У Німеччині, Австрії, Швейцарії, Франції, Великобританії, Італії, США, Канаді, Австралії, Нової Зеландії, Японії десятки провідних

університетів готують фахівців для сфери туризму.

У США близько 40 університетів мають спеціалізовані ланки (факультети, департаменти, центри) з туризму. В нашій державі у створену в 1997 році Асоціацію навчальних закладів України туристського та готельного профілю входить зараз понад 70 закладів освіти різних форм власності та рівнів акредитації.

У 80-90-ті роки відбувається експансія і в нетрадиційні регіони і країни, де туризм перетворюється у провідну галузь економіки. Ці процеси є характерними для Канади, Австрії, Нової Зеландії, Японії, Індії, Китаю, В'єтнаму, Куби.

б) У періоді який досліджується високими темпами збільшується кількість осіб з науковими ступенями і званнями в галузі туризму.

Основною причиною такого становища є швидке зростання потреб у спеціально підготовлених і висококваліфікованих кадрах для його управління. Значні наукові досягнення у 90-ті роки пов'язані з іменами таких вчених як Йост Крипендорф, що розробив маркетингову теорію в туризмі і видав низку праць, пов'язаних з туризмом та навколишнім середовищем; Вальтер Фрайер – який є автором публікацій з загальної теорії туризму; Дуглас Пирс – відомий як автор трилогії „Туризм сьогодні”, „Туристичний розвиток”, „Туристичні організації. Жан-П'єр Лозато Жіотар у ці роки видав „Географію туризму”, яка чотири рази була видана у Франції і перекладена в Іспанії.

в) У сучасний період розвитку теорії туризму значно збільшується кількість періодичних видань і спеціалізованої навчальної та наукової літератури. Науково-інформаційне забезпечення туризму реалізується за допомогою десятків наукових журналів та тисяч томів навчально-методичної літератури.

г) Наростає обсяг коштів, що інвестуються у розвиток туристичної науки і освіти. З початку 90-х років тільки у Східній Європі була профінансована і здійснена низка довгострокових програм з розвитку спеціалізованого навчання і науки з туризму: „Tempus”, „Phare”, „Socrates”, „Know How Fund” та інші.

Основні структурні зміни у розвитку сучасної теорії туризму відносяться перш за все до:

а) Змін у „географії” теорії туризму. У початковий етап свого розвитку туризм утверджувався як фактор, що стимулює господарський розвиток окремих країн і територій. Це визначило появу знань переважно в його економічних аспектах. У останні десятиріччя в країнах з високим ступенем індустріалізації все більше місця займають соціальні, культурні, психологічні та інші змістовні напрями у дослідженні

туризму.

б) Поглиблення інтегрального характеру теорії туризму.

Характерні структурні зміни у змісті теорії туризму пов'язані з тим, що він увібрав у себе багато функціональних наукових напрямків таких як:

маркетинг, планування, фінансування, управління людськими ресурсами та інші. Крім того, трудно сьогодні уявити собі цілісне пізнання з туризму без інтегрування його з іншими науковими галузями: соціологія, психологія, географія, медицина, екологія, історія, культурологія та інші.

в) Розширення змістовного охоплення туризму.

*В останні роки утверджуються два основних напрямки в наукових дослідженнях туризму.*

Перший стосується внутрішньої структури явища та його основних видів діяльності: готельного господарства, ресторанного сервісу, туроператорської і агентської діяльності, туристичного транспорту, спорту і розваг.

Другий змістовний аспект відбиває переважно зовнішні зв'язки туризму з іншими видами діяльності у рамках вільного часу: рухова активність людини, рекреація, спорт і розваги у рамках постійного місця проживання.

Розширюються дослідження, які стосуються міського туризму, розважальних тематичних парків, туристичного планування і розвитку, туристичного транспорту.

*Основні якісні тенденції, які спостерігаються у розвитку теорії туризму, полягають у наступному:*

- поглиблюється науковий характер системи знань про туризм;
- у дослідженнях туризму використовується новий науковий апарат за рахунок застосування сучасних методів математики, інформатики, статистики;
- продовжується накопичення нових знань про туризм як важливе явище суспільного життя;
- відбувається уніфікація туристичної термінології і методики статистичних спостережень і досліджень у туризмі.

Висновки. В останні десятиріччя туризм розвивається і утверджується як динамічне, комплексне та багатогранне за своїм характером явище. Зазначені характеристики разом із зростанням його ролі у житті суспільства обумовили інтегральний підхід при його вивченні, аналізі та управлінні.

### **Тема 3. Теоретико-методологічні складові туризмології**

#### *Понятійний апарат туризмології*

Що таке туризм? Туризм розглядається не однозначно; зазвичай він породжує у людей різні асоціації. Для більшості туризм пов'язаний з відпочинком, новими враженнями, задоволенням і позитивними емоціями. Для інших - туризм є роботою, причому дуже напруженою і відповідальною. Туризм - складне соціальне явище, яке до цих пір недостатньо вивчено і важко піддається кількісній оцінці.

Статистичне визначення туризму. *Туризм* - одна з форм міграції населення, яка не пов'язана зі зміною постійного місця проживання або роботи. За одиницю статистичного спостереження в туризмі прийнятий турист.

#### *Поняття «турист».*

По-перше, використовується стосовно осіб, які зробили поїздку за межі країни їх постійного місця проживання;

По-друге, подорожують для розваги, задоволення професійних інтересів або з іншими туристичними цілями;

По-третє, знаходяться за кордоном тимчасово.

Лише дотримання всіх перерахованих вимог у сукупності дозволяє розглядати подорожуючу особу в якості міжнародного туриста.

#### *Туризмологічна проблемологія*

Значний розвиток туризму в кінці ХХ та на початку ХХІ століття пояснюється рядом причин, серед яких слід визначити:

- посилення процесу індустріалізації – зміцнення економічних зв'язків між країнами і континентами на основі поглибленого територіального розподілу праці і безпосередньо пов'язаного з ним розширення науково-технічних і культурних зв'язків.

- досягнення науково – технічної - революції ,особливо в галузі транспорту і нових інформаційних технологій;

- збільшення грошових доходів населення ряду країн;

- підвищення рівня освіти та культури;

- зростаюча втома від життя у великих містах.

Чимале значення мають і здійснювані в багатьох країнах спеціальні програми, направлені на активізацію туристичного руху: скасування обмеження на ввезення валюти, будівництво готелів та доріг, широка реклама об'єктів туризму, ціна на туристичні послуги та інші.

Водночас існують чинники, які стримують розвиток світового ту-

ризму або негативно впливають на нього, причому в Україні їх значно більше, ніж в країнах , які є основними постачальниками туристичного продукту.

Як свідчать результати соціологічного опитування, проведеного Німецьким Інститутом Вивчення Вільного Часу в державах Європейського Союзу , найбільше подорожуючих хвилюють наступні проблеми:

1. Війна, неспокій, політична нестабільність (74%)
2. Екологічні проблеми(57%)
3. Хвороби та епідемії(55%)
4. Природні катаклізми та катастрофи (49%)
4. Злочинність (44%)

Важливе значення для розвитку як іноземного, так і внутрішнього туризму мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Внаслідок цих обставин вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна на послуги географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та інші. Тому комерційна робота в галузі туризму повинна будуватись на всеохоплюючому обліку туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по окремих регіонах.

## **Тема 4. Теоретико-методологічні складові туризмології**

Актуальне завдання філософської культури - здійснювати динамічне обґрунтування методології пошуку розв'язань дедалі складніших проблем у світі, що стрімко змінюється ("гераклітівський потік"), озброювати особистість у її пошуку "нових смислів" власного існування. В тому числі у новому світі туристських реалій, процесів, подорожей (туризм як "подія" та як "зустріч").

Філософія визначає туризм як мультидисциплінарне, багатофакторне явище.

Туризм можна представити як ланцюг, який пов'язує такі поняття, як інфраструктура, гостинність, свобода пересувань, якість турпродукту, - від якості кухні, до якості навколишнього середовища, підготовки кадрів, транспорту, ефективності комунальних служб, служби безпеки туристів.

Філософія виконує *методологічну функцію* щодо інших наук про туризм, збагачують у своєму світоглядному та антропологічному змісті їхніми науковими доробками.

Не буде перебільшенням стверджувати, що філософія туризму поступово набуває певної дисциплінарної автономії у межах європейської та й світової соціальної філософії. В туризмології існує коло проблем, які аналізуються лише філософськими засобами і про які можна говорити насамперед мовою філософських понять - таких як *розвиток, істина, справедливість, свобода і відповідальність*.

Історико-філософська традиція філософії туризму:

1. Період стародавніх мандрівників (оповіді, спогади, спостереження). стародавніх мандрівників.
2. Період становлення історико-філософської традиції, осмислення подорожей і мандрівок".

*Філософія туризму* виступає як своєрідна соціально-філософська феноменологія.

Її об'єктом є суспільство як "життєвий світ" людини, як джерело її культурного досвіду, що його вона набуває в результаті комунікативної дії зі світом культури, з досвідом Іншого та Інших (інтерсуб'єктивність та міжсуб'єктна комунікація). Основна ідея феноменології - нерозривність і в той же час взаємна незведеність свідомості і людського буття, особистості і предметного світу, соціуму і духовної культури своєрідно трансформується у філософії туризму. Велике значення у

феноменології надається проблемі значення, смислу, інтерпретації. Всі ці проблеми конкретно розв'язуються в туристській практиці, яка дозволяє людині осягнути навколишню дійсність і розшифрувати смислові засади культури.

Філософське осмислення феномена туризму реалізується і завдяки його *герменевтичним потенціям*. Розуміння і сприйняття цінностей культури, яке здійснюється в туристських подорожах, реалізується через витлумачення, інтерпретацію (герменевтика).

Людина, що пізнає, не лише слухає розповіді і спостерігає, а й особисто "розшифровує" зміст пам'яток історії, шедеврів архітектури, "витворів природи", тим самим освоює їх, робить своїм ("привласнення"). Герменевтика є феноменологією людського буття (Dasein), однією із граней якого є мандрівки, подорожі, відвідування, поїздки і походи. За допомогою процедури герменевтичного розкодування культурних символів виявляються об'єктивні, онтологічні параметри людського існування, тобто ті умови, завдяки яким це буття може бути тим, чим воно є. Ці умови є екзистенціалами буття людини, що подорожує. Пізнаючи "світ Іншого", людина водночас уявляє і осмислює багатоваріантність культурного середовища і туристичного простору, визначає особливості свого існування, порівнює його з життям інших.

*Висновок:*

Філософія туризму використовує такі методи, як порівнювальність, компаративізм, оцінювання та самоідентифікація, які ініціюються туристськими подіями. Внаслідок цього у людини формується складний етико-психологічний комплекс відчуттів - задоволення і незадоволення, задрощів і гордошів, радощів та розчарувань тощо.

*Аксіологічний аспект туристичної діяльності.*

Туризм є ефективним засобом реалізації людських цінностей. *Насамперед таких, як вибір, свобода, зацікавленість, бажання, дружбе-любство, самоідентифікація та самореалізація тощо.*

Результатом навіть короточасних поїздок є поглиблення власних уявлень про цінності спілкування, доброзичливість, щирість, відкритість, толерантність, справедливість тощо. Залежно від наслідків контактів відбувається певна корекція ціннісних орієнтацій індивіда, перегляд власних уявлень про переваги чи вади "іншого, ніж у тебе" способу життя. Високого філософсько-гуманістичного значення внаслідок ціннісного опанування світу набуває формування комунікативної культури особистості, культури спілкування, взаємоповаги, толерантності. За оцінкою авторитетних міжнародних організацій, таких як ООН, ЮНЕСКО, ВТО ХХІ століття має стати часом "гуманітарного

повороту", переходом від деструктивного типу цивілізації з її варварським ставленням до природи, ксенофобією, жорстким економічним та політичним суперництвом до її людиноорієнтованої моделі. Що може забезпечити такий поворот?

Поставити таке запитання значно легше, ніж задовільно відповісти на нього. Однак безперечно, що одним із чинників формування "цивілізації людини" є етика спілкування і співжиття. Ґрунтуючись на принципах визнання рівноправності діалогічних переконань і життєвих позицій, поєднання цінностей індивідуальної свободи і спільної відповідальності, ця етика утворює підвалини загальнолюдської культури. "Комунікативна культура" - основна ланка концепції "нового гуманізму", який, у свою чергу, є одним із уособлень теоретичної моделі "вселюдських цінностей", тих аксеологічних максим, інваріантний зміст яких, конкретизуючись у кожную нову історичну епоху, забезпечує усталеність існування людської спільноти, наступність процесів суспільного життя. Як найдемократичніша форма людських взаємин туризм здатний сприяти моральній меліорації, оздоровленню сучасного суспільства, яке гостро потерпає від набутого соціального імунодефіциту - браку щирості і теплоти людського спілкування.

Гуманістично-терапевтичний сенс комунікативної культури визначається її ціннісними нормативами, серед яких пріоритетними є визнання гідності людини (принцип самодостатності особистості) ; доброзичливого ставлення до альтернативних або несхожих думок, переконань, способів життя (принцип толерантності). Взаємодіючи і взаємодоповнюючи один одного, ці принципи в разі їх дотримання сприяють утворенню моральної аури спілкування, суспільної атмосфери довіри як підґрунтя дружнього єднання, соціальної злагоди і цивілізованого консенсусу.

Туризм здатний примиряти конфронтуючих, його комунікативні можливості дозволяють досягати "інтерсуб'єктивного узгодження смислу та істини" (К.-О. Апель).

*"Справжній турист"*, як правило, людина "діалогічного стилю", здатна не на фатичне, тобто беззмістовне, пустопорожнє, формальне спілкування, а на фактичне, зацікавлене, морально значиме і соціально перспективне. Тому культура спілкування, встановлення довірчих стосунків потребують значних вольових зусиль, бажання домовлятися, психологічної налаштованості на доброзичливі контакти. Забезпечити таку культуру покликані всі суспільні інституції - економіка, політика, дипломатія, освіта, наука, мистецтво. Але однією з центральних ланок, здатних інтегрувати людство, долати тенденції сепаратиз-



му, розколу, ворожнечі і взаємопідозри, є туризм.

Антропологічна та ціннісна функції філософії туризму підкреслюють, що головна ставка в туризмі робиться на людину, яка самореалізується, на відміну від людини політичної чи економічної, яка проявляє свою частковість, виконуючи конкретну функцію.

У розумінні туризму як суто "людського підприємництва" вагому роль відіграє здатність теоретика виокремити екзистенціальний вимір буття мандрівника, насамперед у його єдності з природою, визначальним середовищем людини, що подорожує. "Туризм - особлива форма зв'язку людини з природою. З епізодичного, затьмареного умовами повсякденності, щоденного поспіху, "марноти марнот" туризм перетворюється на постійно діючий, звільнений від пут повсякденності домінуючий серед інших способів екзистенційного буття".

Стверджуючи це професор Г. І. Горак вважає, що "екзистенційно-особистісне ставлення до природи, можливості здійснення "реалізуються в різних видах туризму, але насамперед у "зеленому" туризмі, який найкраще відбиває глибинну сутність людської екзистенції у її природних вимірах".

Аналогічну думку висловлює В. А. Малахов, який водночас істотно поглиблює розуміння екзистенційного аспекту туристських подорожей. "Феномен туризму визначається тим, що туристичні траєкторії принципово зворотні. Людина може подорожувати, а потім повернутися додому й займатися попередніми справами. Це може бути і недоліком, і здобутком даного типу діяльності. Він підкреслює екзистенційну легкість, притаманну справжньому туризму, це не проща, не паломництво".

Вже сказане дозволяє стверджувати, що в філософії туризму правомірно виділити два основних розділи - філософсько-методологічний, загальний, який має справу з гносеологічною, герменевтичною, феноменологічною, антропологічною, аксеологічною функціями туризму, та культурологічний і праксеологічний, соціально-діяльнісний.

Праксеологія як філософська концепція діяльності, що має статус програмно-концептуального проекту, теоретичне підґрунтя моделювання розвитку туризму, розробки програм та генеральних планів його вдосконалення. Згідно з одним із фундаторів праксеології польським філософом П. Котарбінським вона покликана методологічно, науково обґрунтувати логіку організації праці ("граматика дії"). Філософським базисом праксеології, за Котарбінським, є прагматизм, а також своєрідно інтерпретована теорія практичного ставлення до світу. Для того,

щоб бути ефективною, діяльність, згідно з праксеологією, має бути результативною, продуктивною або плідною (тобто досягти визначеної мети), "правильною" (точною, адекватною визначеній нормі), "надійною" і послідовною, що потребує врахування оцінок альтернативності, вірогідності, обережності, сміливості і ризикованості вчинків.

Враховуючи соціальний суперечливий контекст цілераціональної дії, теорія праксеології розглядає як свої важливі елементи такі концепти, як "структура подій", "винуватець подій", "техніка боротьби". При цьому можливі два типи взаємодії суб'єктів суспільної дії - позитивна, конструктивна (співробітництво) і негативна (боротьба).

Найпоширенішим у реальному житті є другий тип. Враховуючи руйнівні можливості "негативної кооперації", доцільно звернутися до античної формули боротьби - агони як "мирної змагальності" (агонологія). Особливо важлива в загальному контексті проблематики праксеології актуалізація творчого (інноваційного) потенціалу діячів соціального акту, їхня здатність до пошуку компромісу (ситуація взаємодії). Основні положення праксеологічної філософії - логіка організації дії, умови ефективності діяльності, орієнтація на взаємодію конкурентів ("негативна конкуренція", "згода незгодних") - цілком придатні для того, щоб увійти до арсеналу туризмо-логії насамперед у її теоретико-методологічному значенні. Практично "забарвленими" є, зокрема, філософські аспекти менеджменту та маркетингу, аспекти технологічних механізмів функціонування туризму-готельне господарство, транспорт, служба сервісу, харчування тощо. Зрозуміло, що між суто філософськими та праксеологічними проблемами не існує неперехідної межі, але врахування особливостей цієї дихотомії теорії і практики вкрай необхідно для подальшої поглибленої розробки теорії туризму, в тому числі її філософської частини.

## Тема 5. Історія та антропологія туризму

Антропологія мандрів та подорожей.

*Основні етапи розвитку туризму.*

1. До початку XIX в. Передісторія туризму.
2. Початок XIX в. - Початок XX в. Розвиток елітарного туризму, зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг.
3. Початок XX в. - До ВВВ Становлення соціального туризму.
4. Після ВВВ – сьогодні. Масовий туризм, формування туристичної індустрії.

Тим самим туризм виявляє своє антропологічне значення.

Насичений філософським, людиноцентрованим змістом, туризм справляє розвиваючий вплив на особистість як професійного діяча туристської справи, так і на пересічного учасника туристських подій.

Вони відчувають себе причетними до створення ноосфери, світу цивілізованого людського єднання, в якому людина є не випадковим чужинцем, а законним жителем або господарем.

Антропологія це і система подорожей та екскурсій; це і форма рекреації, заснованої на антропоекологічній парадигмі.

Звичайно, це усвідомлення, характер відчуттів випадковості чи закономірності перебування у цьому світі великою мірою залежить від суб'єкта туристської дії - функціонера, менеджера чи відвідувача, мандрівника, звичайного туриста, від його життєвого досвіду, культури, освіченості, мотивації діяльності тощо.

Навіть не дивлячись на те, що туристи мають різний фінансовий статус, практика свідчить, що для туриста, який здійснює поїздки з діловими, науковими, культурно-пізнавальними цілями, головним є незабутні враження від зустрічей з історією, культурою та звичаями інших народів і країн, позитивні емоції, як правило, переважають порівняно із незручностями, що нерідко трапляються під час подорожі: "Сотри случайные черты, и ты увидишь - мир прекрасен."(О. Блок).

Одними з перших, хто здійснив спробу багатопланового теоретичного осмислення туризму як суспільного феномену, були британські дослідники Е.Кoen [56, 57, 58] та Дж.Ленгкік. З позиції феноменології, вчені розкривають теоретичні засади науки про туризм – її зміст, об'єкт дослідження і структуру. Проблеми антропології туризму досліджує британський вчений Д.Неш. В роботі «Антропологія туризму», яка побачила світ в 1996 р., автор розглядає туризм, як специфічну

систему виробництва і споживання.

Предметом антропології туризму були проголошені різноманітні комбінації економічного розвитку, індивідуальних трансформацій пізнавального і емоційного плану колективних репрезентацій і політики. В умовах розвитку глобалізаційних процесів новий погляд на сучасний туризм сформулював британський соціолог З.Бауман. Характеризуючи новий тип сучасної суспільної організації – як суспільства споживання, автор підкреслює важливість і цінність в ньому поняття мобільності. В рамках даної категорії споживаються не тільки товари і послуги, а й місця знаходження. Поняття «мобільність» безпосередньо пов'язано з реалізацією високого рівня життя і освіти.

Сьогодні дозволити собі подорожувати означає приєднатися до загону забезпечених і успішних людей. Це формує нові риси туризму, в тому числі обумовлює його налаштованість на виробництво принад і спокус.

Продовженням традиції британської школи стали роботи Д. Пірса. В ґрунтовних теоретичних працях «Туризм сьогодні», «Туристичний розвиток», «Туристичні організації» вчений розробив теоретичну модель туризму як цілісної системи. В них була запропонована теоретична модель розвитку туризму через призму чисельних різнопланових функцій міста, які воно виконує в організації туристського простору.

## Тема 6. Географія туризму

Туристичний бізнес може бути здійснений за наявності 4-х основних складових: капітал, технології, кадри, туристичні ресурси.

*Туристичні ресурси* – це сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, придатних для створення туристичного продукту. Туристські ресурси визначають формування туристичного бізнесу в регіоні.

Виділяють наступні властивості туристських ресурсів:

1. Атрактивність;
2. Кліматичні умови;
3. Доступність;
4. Ступінь дослідженості;
5. Екскурсійна значимість;
6. Пейзажні і відео екологічні характеристики;
7. Соціально-демографічні характеристики;
8. Потенційний запас;
9. Засоби використання, тощо.

*Туристське районування.*

Туристське природокористування тісно пов'язане з поняттям рекреаційної системи, що складається з ряду підсистем: турист, природний комплекс, інфраструктура, персонал, органи управління.

Для збереження та відтворення туристичних ресурсів у рамках рекреаційної системи вся територія України розподілена на туристські економічні райони і зони потенційного розвитку туризму державного значення.

*Туристично-рекреаційні ресурси України.*

Природний потенціал України складають узбережжя Чорного, Азовського морів, рельєф, водні (понад 70 тис. річок, більш як 3 тис. природних озер і 22 тис. штучних водоймищ), лісові, рослинні та тваринні ресурси. На їх основі створено 11 національних природних парків, 15 державних заповідників, заказники, дендропарки, пам'ятники садово-паркового мистецтва, які належать до природоохоронних територій. Родовища лікувальних грязей, а також мінеральних і радонових вод входять до рекреаційного потенціалу нашої країни, який має не тільки внутрішнє, але й міжнародне значення.

Під класифікацією форм туризму слід розуміти їх угруповання за однорідними ознаками, що залежать від певних практичних цілей.

Кожна форма туризму характеризується своєрідністю потреб тури-

стів передбачає відповідний набір послуг, які задовольняють ці потреби.

*Міжнародний туризм* - це туризм в іншу країну, тобто іноземний туризм.

*Взаємозв'язок внутрішнього і міжнародного туризму.*

Незважаючи на істотні відмінності міжнародного і внутрішнього туризму тісно пов'язані між собою. Внутрішній туризм виступає в ролі каталізатора міжнародного. Він сприяє освоєнню нових туристично-рекреаційних ресурсів та регіонів, створенню туристської інфраструктури, підготовці фахівців. Тим самим сприяє інтеграції країни в міжнародну індустрію туризму.

*Класифікація туризму, виходячи з цілей подорожі.*

Подорожі з метою розваги і відпочинку є основним напрямком розвитку міжнародних туристських обмінів. На їх частку припадає близько 70 % світового туризму. Вони включають - оздоровчі, пізнавальні, аматорські спортивні поїздки, шоп-тури і т.д. Як і раніше, підвищений попит на поїздки до сонця і моря (купальні-пляжний відпочинок традиційно вважається кращим способом відновлення сил, нервів та енергії). Оздоровчий туризм поступово змінюється.

Туристичні потоки змінюють орієнтацію з моря в інші райони (гори, а також подорожі, пов'язані з пригодами і ризиком).

*Класифікація туризму виходячи з цілей подорожі*

Поняття	Характеристика
Пізнавальний (екскурсійний)	відвідування та ознайомлення з пам'ятними місцями та пам'ятками культури, історії, природи.
Етнічний туризм	різновид туризму, який здійснюється туристами на місця свого історичного проживання.
Оздоровлювально-пізнавальний	поєднання цілей оздоровлення і пізнання.
Курортно-лікувальний	пересування людей, зумовлене потребою поліпшити стан здоров'я.
Спортивний	участь у спортивних заходах.
Вихідного дня	перебування кілька днів за межами міста, а також у спеціалізованих зонах відпочинку
Діловий	відвідування об'єктів за профе-

Поняття	Характеристика
	сійним інтересом.
Релігійний	мандрування віруючих людей до святих місць.
Зелений	це відвідування туристської місцевості у період вегетації флори
Аматорський	мисливство, рибальство тощо.

## Тема 7. Соціологія туризму

Соціологія туризму - галузь соціології. Її поява пов'язана з тим місцем, яке займає у житті людини туризм як потужний, багатокомплексний за своєю природою тип діяльності.

Соціологія туризму вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища в його зв'язку із соціальними, політичними, економічними та культурними сферами суспільства.

Розробка соціології туризму як нової галузевої соціологічної теорії відбувається традиційним для кожної галузі наукового знання шляхом становлення та вдосконалення категоріального апарату.

Історична довідка:

Можна вказати на таку парадоксальну річ - мандрівники існують давно, а туризм виник недавно. Вважається, що масовий туризм у його сучасному вигляді з'явився на початку XVIII століття.

Звертаючи увагу на складність і небезпечність мандрів, до цього часу мало хто наважувався, ризикуючи життям і здоров'ям, вирушати в далеку подорож, коли на те не було достатньо вагомих причин. Тому мандри були пов'язані переважно з релігійною метою або з торговельною, військовою чи іншою службовою діяльностями. В Україні туризм з'являється ще пізніше. "Українська мова не знала слова "туризм" та похідного від нього "турист" аж до другої половини XIX століття. Воно з'являється в І. Нечуя-Левицького, М. Драгоманова - з поясненням "турист - тобто подорожуючий" згодом-у інших авторів".

Туризм як соціальний феномен є широким, масштабним суспільним явищем, яке з'явилося у буржуазному суспільстві у той час, коли сформувався так званий середній клас. Умовою існування туризму як сучасного суспільного явища є:

- наявність у населення вільного часу, вільних коштів;
- наявність у представників різних соціальних груп сформованих установок на мандри і пізнання світу, а також на інші форми поведінки, що реалізуються під час туристичної діяльності;
- відповідний рівень розвитку суспільства. стану його економіки, промисловості, продуктивності праці.

Таким чином, основу туризму як соціального явища становить середній клас (бідні не мають можливості для такого виду дозвілля, а багатих не так багато, щоб утворити основу для світової туристичної індустрії). З процесом зростання кількості середнього класу туризм перетворюється у самостійний соціальний інститут з усіма складови-



ми елементами. Виходячи з цього, постала нагальна потреба широкого наукового вивчення, в тому числі й засобами сучасної соціології, цього соціального інституту.

Які спонукальні причини задовольняються туризмом?:

- Потреби (підсвідомі)
- Цілі (свідомий передбачуваний результат)

. Туризм, як вид діяльності, задовольняє як матеріальні, так і духовні потреби, отже, обмежуватись такою дихотомією під час визначення туризму не досить. Дихотомія недостатня не тільки тому, що досить штучним виглядає протиставлення матеріального і соціального, а й тому, що таке протиставлення не вичерпує розуміння сутності людини та її діяльності. Людину характеризує певна тріада: людина реалізує себе як:

- а) біологічна істота,
- б) розумна,
- в) духовна.

При аналізі типу діяльності, в тому числі і туристичної, правильніше було б ґрунтуватися не на врахуванні співвідношення матеріального та соціального, а на розгляді співвідношення трьох вимірів:

- а) виміру, який визначає біологічні потреби людини,
- б) виміру, що служить визначенню людини як члена певного соціуму,
- в) діяльності, що спирається на задоволення духовної потреби, через яку людина ідентифікує себе з певним духовним середовищем.

З першого моменту життя дитина відчуває потребу у русі (спочатку для розвитку м'язів і правильного травлення, потім для свідомої цілеспрямованої діяльності). Тим самим вона реалізує себе як біологічна істота. Потреба у пізнанні навколишнього середовища (спочатку як просто орієнтація у просторі, потім - пізнання навколишнього світу та людей) дозволяє сформуватися розумною істотою. І трохи пізніше потреба у самопізнанні (спочатку своїх фізичних сил, своїх можливостей, а потім і свого місця в суспільстві) робить її духовною істотою, яка вже пов'язується з іншими людьми не тільки біологічно, а й соціально через належність до певного типу культури. Таким чином, потреби у русі, пізнанні та самопізнанні треба відносити до фундаментальних потреб, через задоволення яких здійснюється становлення людини.

Туризм як специфічний тип діяльності спрямований на задоволення зазначеного комплексу потреб - переміщення, пізнання і самопізнання, що служить становленню людини як в біологічному, так і со-

ціальному й духовному сенсі.

Характеристики туристської діяльності.

Існує механізм роздвоєння середовища на реальне і тимчасово бажане.

Тимчасове середовище спонукає людину до туристичної діяльності, збільшуючи у кілька разів кількість подій та зустрічей, з яких складається повсякденний плин людського життя.

Особливо гостро потреба в туризмі виникає на переломних етапах розвитку людини, коли вона потребує бодай на певний час вийти за межі буденності, потрапити в незвичну ситуацію. Так активізується та стимулюється процес переходу з попереднього стану в інший - новий. Після цього збагачена одержаним результатом людина 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 ми найчастіше, також досягаємо й зовсім інших цілей. Це тлумачиться як виконання певних ритуальних дій.

Довідка:

Ритуальними ми називаємо дії, в яких мета стоїть на другому плані, дія стає важливіша за результат. "Чистий ритуал - діяльність, яка не має прямої мети, а виконується тому, що "так прийнято"... В багатьох випадках зручніше діяти "як прийнято", ніж щоразу вирішувати завдання: обирати найбільш доцільний вчинок".

Висновки:

Туристська діяльність обов'язково передбачає переміщення у просторі, обмежене часом. Вона завжди має початок, пов'язаний з виходом за певні просторові межі, і кінець - повернення. Вона передбачає реалізацію комплексу цілей, що служать задоволенню потреб у переміщенні, пізнанні, самопізнанні та інших супутніх потреб. Але в основі будь-якої туристичної діяльності лежить домінуюча бінарна потреба - РУХУ І САМОСТВЕРДЖЕННЯ або РУХУ І ПІЗНАННЯ.

Залежно від того, яка з цих двох бінарних потреб лежить в основі діяльності людини, можна здійснити класифікацію видів туризму, що відрізняються переважною спрямованістю на задоволення тієї чи іншої потреби (див у додатку).

*Аспекти дослідження соціології туризму.*

Туризм:

- окремий вид торгівлі послугами;
- сфера відпочинку;
- специфічний засіб формування особистості;

- механізм комунікації.

Для розв'язання цього завдання за ініціативи Київського університету туризму, економіки і права в 2002 р. був утворений Дослідницький комітет з проблем соціології туризму Соціологічної асоціації України.

Соціологія туризму як спеціальна галузь соціологічної науки дає нові підходи до вивчення соціальної складової феномену туризму, його впливу на зміну структури і соціальної стратифікації суспільства, а також соціальної ситуації з урахуванням впливу туристських потоків і міграційних процесів на соціальну мобільність, зміну ролевих установок і поведінкових характеристик як самих туристів, так і соціуму, який їх приймає.

Основні етапи соціалізації туризму: донауковий та науковий:

1. У донауковий - ідеї виникають і розвиваються в межах інших наук, близьких за об'єктом дослідження. Соціальний аспект туризму досліджується в лоні філософії, економіки, психології та ін., які на той час були усталеними галузями наукових знань.

2. У науковий – виникає наука про туризм. З'являється методологія туризму.

Розділ соціологічного дослідження туризму включає 4 основних напрямки дослідження:

1. дослідження туристів;
2. взаємодія туристів з місцевим населенням;
3. Система туризму;
4. Вплив туризму.

Соціологія туризму для українського суспільства і для наукового співробітництва є певною новиною. Цей напрям науки у нас ще тільки складається

Складова туризмології чи соціології?

На думку українського дослідника соціології туризму С.В. Горського, підхід до окреслення контурів соціології туризму можна пошукати через визначення їх структури. Соціологія туризму як галузь соціологічної науки може бути представлена за аналогією структури загальносоціологічної теорії у вигляді п'ятиверхової структури.

1-й поверх – наукова картина світу, другий – методологічні та загальна соціологічна теорія, третій – спеціальні соціальні теорії, 4-й – емпіричні дослідження, 5-й – прикладні дослідження.

За цією схемою до першого рівня соціології туризму відносяться наші уявлення про світ та суспільство, уявлення про людство як ціле,

про соціальний час і простір.

Знання про глобалізацію, про комунікації в умовах глобалізації.

Тощо.

2-рівень –загальнотеоретичні соціологічні знання: про соціальну структуру суспільства, великі соціальні групи, соціальні процеси. На цьому рівні туризм розглядається як форма підкорення і освоєння. Географічного простору (результат процесу опису, осмислення земного простору, тобто географізація його. Під час цього процесу виділяється та формуються найбільш важливі образи та стереотипи сприйняття простору). суспільного і культурного простору, тип соціокультурних комунікацій, форма глобалізаційних процесів та звязків. До цього рівня знань відноситься соціологічна теорія особистості, теорія вільного часу та дозвілля.

3-й рівень рівень формування соціології туризму як знання про специфічну галузь суспільного життя. Саме на цьому р. розробляється і існує концепція соціології туризму. Соц туризму – окрема галузь соціології, яка вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища в його звязку з соціальними, політичними, економічними та культурними сферами суспільства.

Ця концепція предстає як цілісне теоретичне утворення, яке об'єднує єдиною логікою всі рівні соцх знань, що застосовуються для пізнання, аналізу та прогнозу розвитку процесів і явищ у відповідній галузі суспільного життя. Об'єктом її дослідження є тимчасові соціальні групи людей, які реалізують туристичну діяльність, а також соціальні процеси та чинники, що формують установки особистості на туристичну активність. Предметом соціології тур. є різноманітні форми туристичної діяльності, особистісна поведінка туристів, структура їх ціннісних орієнтацій, мотивів і потреб. Тут слід розрізняти такі поняття як «туристська діяльність» і «туристська дія» або «туристська активність». Під «т д» слід розуміти професійну діяльність в сфері туризму, при якій суб'єктом діяльності виступає туристична фірма, туроператор, турагент тощо.. В такому випадку людина, яка купує продукт, вироблений цими економічними агентами, тобто турист, виступає об'єктом цієї діяльності. Тобто туристська діяльність – це, насамперед, професійна діяльність, суб'єктом якої є економічні агенти – туристичні підприємства, а об'єктом – споживач виробленого цими підприємствами продукту, тобто, турист.

Т- це не професія, а аматорська діяльність. тому для позначення поняття «туристська дія, туристська активність. У такому разі – турист – суб'єкт дії, а не об'єкт.

Цей рівень галузевої соціології повинен включати поняття і категорії, які розкривають специфіку туризму. Наприклад, поняття привабливості країни, регіону, міста для туристів. Тобто-мова про привабливість. У чому сенс прив? У чому різниця між інтересом і привабливістю? Чи обмежується привабливість пізнавальними та естетичними аспектами? Чи цього мало? (необх – щоб позитивний імідж країни, уявлення про країну чи регіон як безпечний у політичному та кримінально-правовому аспектах, певний стандарт побутової комфортності у місцях проживання, харчування туристів та у транспортному обслуговуванні. Та багато інших категорій.

4-й рівень СТ – емпіричні дослідження установок, інтересів, потреб, мотивів, оцінок різних соціальних груп у різних країнах як потенційних і реальних туристів.

Ця галузь соціології вимагає розробки спеціальних методик щодо розробки інструментарію масових та експертних соціологічних опитувань, інтерв'ю, проведення якісних досліджень, зокрема фокус-груп, контент-аналізу друкованих і електронних ЗМІ.

Необхідність розробки спеціальних соціологічних методик для дослідження думок туристів, які висвітлюють їх потреби та мотивацію пов'язана з тим, що соціологи в усіх країнах мають досвід роботи з респондентами – співвітчизниками. Тут же значну частину континг. Можуть складати іноземці, тобто люди, які сформовані в інших соціально-культурних умовах, є носіями віддалених культур, традицій і звичаїв, релігійних вірувань. А практичні завдання удосконалення роботи туристичних організацій можуть вимагати з'ясувати ставлення, оцінок, думок саме цього контингенту туристів.

5-й рівень прикладні дослідження. До них належать дослідження роботи конкретних туристичних фірм, рівня сервісу, готелів, ресторанів, надійність шдяхів сполучення, зв'язку, привабливість програм, маршрутів, екскурсій, вивчення їх вузьких місць, недоліків. На основі таких досліджень готуються пропозиції спрямовані на покращення роботи, підвищення привабливості цих конкретних суб'єктів туристичної діяльності.

*Інституалізація соціології* – виокремлення її з предметного поля загальної соціології, набоття нею атрибутивних характеристик автономної науки.

І-я соц тур відбувається шляхом підтвердження наявності у неї атрибутивних характеристик соціологічними дослідженнями; легітимація її в такому статусі через апробацію на наукових конференціях та в наукових публікаціях; організаційних дій щодо утворення асоціацій

професіоналів у цій галузі та їх професійної підготовки.

Важливою умовою інституту – поява соціальної потреби певної групи людей, на задоволення якої буде спрямована ця інституціоналізація-Функції соціології туризму:

- описово-діагностична (опис, накопичення дослідного матеріалу з проблем стану, динаміки і тенденцій туристських потоків, а також найбільш ефективних соціальних та економічних форм адаптації туристів в місцях прибуття;

- прогностична функція;
- інструментальна функція;

Праксеолого-соціоінженерна (розробка практичних рекомендацій для різних управлінських структур...

Ідеологічна функція.

Соціальні дослідження розуміють систему логічно послідовних методологічних, методичних і організаційно-технічних процедур, підпорядкованих єдиній меті: отримати точні і об'єктивні дані про галузь туризму як суспільне явище.

Соціальні дослідження туристського бізнесу вимагають добору способів їх реалізації, джерел інформації, розробки конкретної методики.

Опитування є ефективнішими за спостереження способом дослідження.

Методика соціологічних досліджень споживачів туристських послуг передбачає на першому етапі розробку програми дослідження, в якій, зокрема, визначають мету і завдання опитування.

### 3. Соціологічні аспекти дослідження туризму

Розвиток соціально орієнтованих видів туризму також має ґрунтуватися на наукових засадах. Плідні наукові результати виникають "у разі проведення досліджень на межі наукових дисциплін, концепцій або при творчому залученні понять однієї науки для розвитку іншої..." - справедливо зазначає Ю.І.Яковенко.

"Соціологічний вимір туризму" передбачає, до речі, проведення як загальнотеоретичних, так і конкретних маркетингових досліджень, вивчення туристського ринку попиту і пропозицій, створення системи забезпечення економічної та соціальної ефективності туристських підприємств. Зокрема, дослідження організації змістовного культурно-дозвільового середовища, яке, в свою чергу, активно впливає на тих, хто перебуває у ньому. Соціально визначеною є також така туристська діяльність, яка переслідує мету соціальної адаптації його учасників до культурно-освітніх можливостей суспільства, що особливо важливо

для підростаючого покоління, а також для осіб "третього віку" та інвалідів. В умовах загострення криміногенної ситуації, зростання дитячої та підліткової злочинності соціально та виховально-орієнтований туризм відіграє неабияку роль у профілактиці девіантної поведінки молодих людей. Соціальний туризм як загальнодоступний, що користується, як про це свідчить міжнародна практика, фінансовою підтримкою держави, виконує також заохочувальну функцію, стимулюючи суспільно корисну активність людей. Запровадження ринкових відносин, як правило, супроводжується намаганням скоротити витрати на соціальні програми, в тому числі на соціальний туризм. Те, що раніше вважалося обов'язковою функцією держави - оздоровлення широкого загалу населення, відтепер стає предметом ліцензування приватних осіб. Ця ситуація потребує суспільного корегування. Всілякої підтримки заслуговують заходи щодо розвитку соціально орієнтованих форм і видів туризму, які визначені в Програмі розвитку туризму в місті Києві до 2010 року, що прийнята Києврадою 2004 р. Перехід від орієнтації на елітарний туризм до зацікавленості в розвитку недорогих масових видів туризму не тільки сприятиме розвитку соціальних контактів, реалізації демократичних прав людини на змістовний відпочинок, а й забезпечить збільшення туристських потоків, що, в свою чергу, позитивно позначиться на бюджеті району, міста, країни в цілому. Майбутнє туризму на 60-70 відсотків - це ринок внутрішнього, місцевого туризму і тільки на 30-40% - іноземного, в'їзного. Говорячи про соціальний туризм, визначаючи його гуманістичну інтенцію, особливо значимо його привабливість для людей похилого віку, а також інвалідів, подорожування яких вимагає особливих умов. Адже "туризм - це життя людини, яке вона проживає вдруге". Обов'язок всіх тих, хто причетний до організації туристської діяльності, врахувати це.

## Тема 8. Культурологія туризму

*Культурологія туризму* - продукт тривалого історичного розвитку. Формування цього продукту лежить в глибокій старовині. Як відомо в історії розвитку туризму розрізняють чотири етапи, генезис культурології туризму тотожний:

1. Передісторія культурології туризму.
2. Елітарне напрямок культурології туризму, зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг.
3. Початок формування соціального туризму.
4. Масове споживання туристичного продукту із становленням закономірностей особистісних, національних і загальнолюдських культурних процесів.

Розглянемо коротко особливості розвитку культурології туризму на кожному етапі.

Перший етап - передісторія культурології туризму.

Культурологія туризму має глибоке історичне коріння, вона зароджувалася і функціонувала всупереч знанням людства такого явища. Уже в стародавні часи народи Середземномор'я мали географічними описами, які давали загальні уявлення про сусідніх територіях, про культурах сусідніх племен, про менталітет народу заповнює ці території. Вже в античні часи основними мотивами подорожей виступала діяльність, яка спирається на види культурологічних практик туризму: комунікабельність, освіту, паломництво, наука та інші.

Для розвитку обміну і торгових зв'язків були потрібні достовірні і докладні відомості про країни, їх населення та звичаї. З метою вивчення нових територій і культур відправлялися в далекі подорожі давньогрецькі вчені (Геродот - V століття до н.е.) і дослідники інших країн (Пифей - IV століття до н.е.).

У Стародавній Греції зародилися спортивні поїздки як один з видів культурологічних практик туризму: щорічно на Олімпійські ігри стікалися тисячі спортсменів, любителів спорту і шанувальників мистецтва не тільки з Еллади, але і інших держав Середземномор'я.

Величезна заслуга в подальшому розширенні пізнання людиною навколишнього світу належить також арабським мандрівникам VII-XI століттях, серед яких найбільш відомий купець з Басри Сулейман, побував в Китаї, Індії та інших країнах.

У середні століття посилюється релігійний фактор подорожі - поклоніння святинам християнства і мусульманства. найбільш масове пе-



ресування людей в Європі було пов'язане з хрестовими походами.

Другий етап - Елітарне напрямок культурології туризму, зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг.

Одну з головних ролей у розвитку цього напрямку зіграли революційні зміни в розвитку транспорту. винахід більш швидких засобів пересування (пароплава Фултоном в 1807 р., паровоза - Стефенсом в 1814 р.) Зумовило більше надійності пересування при знижених витратах на подорожі.

У другій половині XIX століття індустрії відпочинку розширює сферу свого виробництва: до підприємств готельного господарства додаються перші бюро культурних подорожей. У завдання цих організацій входило:

організація туристичних поїздок, з розпланованою культурної програмою, і реалізації, як фізичних, так і культурологічних потенціалів споживачів.

Третій етап - початок формування соціального туризму.

Перша світова війна, економічна депресія 30-х рр. і друга світова війна зробили негативний вплив на розвиток туризму. Разом з тим, саме в період між двома світовими війнами з'являються паростки масового туризму, розквіт якого припадає на післявоєнні десятиліття. Туристичні поїздки як всередині країн, так і зарубіжні поступово набувають якісно інший характер. Вони переслідують вже не тільки розважальні, а й пізнавальні цілі.

Четвертий етап - масове споживання туристичного продукту з становленням закономірностей особистісних, національних і загальнолюдських культурних процесів.

Друга світова війна паралізувала туризм, і подальший розвиток він отримує вже в післявоєнні роки. Саме в цей період туризм набуває дійсно масовий характер: з предмету розкоші він стає потребою для більшості населення високорозвинених індустріальних країн. З цього моменту відбувається формування основних видів культурологічних практик туризму (екскурсійний, рекреаційний, спортивний, релігійний та ін.) У літературі немає чіткого визначення поняття культурології туризму, так як це явище не набуло ще гідного вивчення. спробуємо сформувати визначення самостійно.

Культурологія туризму - це явище культурології, предметом дослідження якого виступають тимчасові переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або місцевість в межах своєї країни у вільний час для задоволення культурних, пізнавальних, паломницьких та інших потреб з придбанням нових особистісних якос-

тей.

Будь-яка діяльність, що формується, в сфері культури має певну культурологічну функцію або кілька функцій. При це функція (функції) може мати як позитивний, так і негативний характер. Культурологія туризму має свій спектр функцій, до числа яких входять:

#### 1. Виховна і естетична функції туризму.

Туристи в своєму прагненні до свободи і красі постійно включають велику природу свого естетичне поле зору. споглядаючи прекрасні природні ландшафти, знайомлячись з історичними пам'ятками, місцевими звичаями, звичаями, культурою харчування, вони всебічно активізують і розширюють поле зору, підвищують свій естетичний рівень. Ще тільки збираючись в подорож, вони намагаються дізнатися більше про місця, в які відправляються, існуючому там способі життя. Практика показує, що туризм сприяє зростанню культурних знань людей, підвищує рівень їх культурного виховання.

#### 2. Функція культурного обміну.

Туризм має функцію культурного обміну, який може посилювати у народу почуття патріотизму, національної гордості, зміцнювати взаєморозуміння народів, дружні зв'язки, сприяти збереженню та розвитку національної культури, підтримувати соціальне процвітання і стабільність.

#### 3. Пізнавальна функція.

Пізнанням називається процес відображення, аналізу та відтворення Насправді в мисленні; осягнення закономірностей об'єктивного світу, законів природи і суспільства; сукупність набутих знань і досвіду.

У подорожі людина пізнає навколишній світ як логічними, так і чуттєвими засобами. При цьому логічне пізнання включає мислення і пам'ять, а пізнання чуттєве відчуття, сприйняття, уявлення.

#### 4. Соціально-комунікативна функція.

Соціально-комунікативна функція туризму визначається як можливість учасників подорожі спілкуватися один з одним у в неформальній обстановці без виробничої субординації, обліку соціального стану, віку, національності, громадянства та інших ознак розрізняють людей.

З точки зору туристичного сприйняття знайомство з районом подорожі це не стільки огляд певній території, природних і історико-культурних пам'яток, скільки знайомство з новими людьми. І враження від конкретної подорожі це, частіше за все, враження від спілкування з новими людьми.

#### 5. Паломницька функція.

Паломники (поряд з торговцями) є першими, мандрівниками, які

мали точну мету свого переміщення в часі і просторі. Паломники уособлюють в цьому відношенні початок класичного туризму. Адже вони долали до мети подорожі величезні відстані, як правило, пішки, маючи мінімум одягу і харчів. Тільки так вони могли дістатися до мети свого подорожі, не будучи пограбованими або убитими, з огляду на тодішні умови безпеки.

Будучи однією з найбільш старих функцій організованих подорожей, в світі паломницька функція не втратила своїх позицій. Більш того, в сучасному міжнародному туризмі паломництво прогресує.

Класифікувати види культурологічних практик туризму можливо за різними ознаками. До найважливіших ознак належать:

мети туристичної поїздки; національні пріоритети; індивідуальні культурні запити клієнта; фінансові можливості.

Залежно від інтенсивності діяльності людини розрізняють:

активні і пасивні види практик.

До активних відносяться: пригодницькі подорожі з пізнавальними напрямками; сафарі на природу - як вид практики, з високим естетичним «потенціалом» і т.д.

До пасивних відносять: тури для сімей з дітьми з пізнавальними цілями; зелений туризм.

Основа культурології туризму - багата екскурсійна програма, що включає огляд визначних пам'яток, пам'ятників, музеїв, унікальних природних об'єктів і явищ.

Для розвитку культурології туризму важливе значення має «Кущовий» принцип планування, який передбачає створення поблизу головного об'єкта туристичної привабливості додаткових об'єктів відвідування - музейних експозицій, майстерень природних промислів з організацією продажу сувенірів, а також культурних акцій і видовищних заходів.

Туризм, як явище культури займає велике місце в сучасному суспільстві, воно може цікавити психолога, історика, економіста, соціолога, PR-фахівця і культуролога саме такий інтегрований і міждисциплінарний характер носять сучасні дослідження в області туризму.

Культурологічна насиченість поняття «туризм» - беззаперечний, явище в якому зростають культурні смисли і уражаються нові культурні моделі - дозволяє це усвідомити. Феноменальність туризму в тому, що це та сфера, де культурна спадщина людства дозволяє суспільству бачити вклад кожного народу в скарбницю світової культури.

Туризм демонструє здійсненність всіх функцій культури (Захисної, творчої, знаковою, нормативної, гедоністичної, виховно-освітньої),

залучаючи сучасного споживача саме в світ людської культури. Туризм і культура: фігури тотожності.

## Тема 9. Психологія та етика туризму

Морально-психологічний компонент є важливою складовою філософії туризму. Етика туризму - одна з форм професійної моралі для тих, хто фахово займається цим видом суспільної діяльності.

В поведінці як туриста, так і фахівця туристської справи (туроператор, турагент, керівник турфірми тощо) морально-психологічні якості посідають чільне місце. Кожна порядна, вихована особистість при зустрічі з незнайомими людьми намагається, як правило, справити приємне враження, бути приязною, привітною, уважною. Інша річ, що для окремої частини цих людей моральна культура виявляється суто функціональною, або показовою, адже нечемне поведження з "клієнтом" загрожує успішному бізнесу. Однак сучасний погляд на туризм та його дійових осіб полягає в тому, що туристський бізнес як форма суспільної діяльності також повинна повною мірою відповідати "людським вимірам", бути гуманно-центрованою, при цьому не за формою, а за суттю.

Професіонали туристської справи вважають, що туризм має плануватися і практикуватися як "привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення". Поєднуючись з духовним розкріпаченням, адже турист-це вільна людина, що самовизначається, туризм стає унікальним засобом самоосвіти і самовиховання (етика, педагогіка і психологія туризму). Звичайно, як і будь-яка інша соціо-моральна проблема, свобода в туризмі є внутрішньо-суперечливою. Щоб бути насправді вільною, особистість повинна невимушено володіти і розпоряджатися кількома видами свободи - матеріально-економічною, політично-правовою та морально-інтелектуальною. Всі вони фокусуються у свободі вибору, яка концентрується в обранні виду туризму, його програми, змісту тощо.

Тільки за цих умов людина здатна реалізувати свій вибір у бажаному значенні й обсязі. Проте в реальному житті це проявляється у тій свободі, якою користується "елітний" турист, до послуг якого надаються найекзотичніші маршрути і найвишуканіший сервіс і культурні програми, і "соціальний" турист, який може розраховувати на послуги зовсім іншого розряду. Але свобода як цінність духовного рангу є джерелом усвідомлення туристом власної гідності. Втім, її реалізація - річ не проста. В умовах широкої демократизації суспільних відносин значно загострюється проблема так званого соціального туризму. У найширшому розумінні під соціальним туризмом розуміються подо-

рожі, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування та за рахунок коштів, що виділяються державою на соціальні потреби. Сутність соціального туризтакож інколи визначається відповідно до суспільного статусу основного контингенту його учасників - це туризм для незаможних, діяльність, що спрямована на рекреацію (відновлення) людини за рахунок надання мінімального "необтяжливого" набору туристських послуг. Втім, таке розуміння значно звужує діапазон соціального туризму та збіднює його зміст.

Соціальний туризм доцільно розглядати в контексті завдань та цілей соціальної політики, яка зовсім не зводиться до "соціального благодійництва".

Важливою філософською проблемою є також екологічні аспекти туризму. Людина - органічна ланка цілісної екосистеми. Тяжіння міського жителя до "незіпсованої природи" цілком зрозуміле. Втім, зростаючий із року в рік тиск турпотоків на природу набуває загрозливого для неї характеру. Згідно з прогнозами, об'єми міжнародного туризму у найближчі двадцять років зростуть утричі. Відповідно зросте як екологічне навантаження, так і екологічна небезпека. Адже природа не "залишається байдужою" щодо людей, які її псують, неминуча помста з її боку - отруєна вода в річках та озерах, перевантажені шкідливими речовинами гриби та ягоди, несвіже повітря. Ось чому всі учасники туристського процесу зобов'язані охороняти природне середовище, дбайливо ставитися до туристських ресурсів, рекреаційних зон, які є загальним надбанням спільнот, на територіях яких вони розташовані (концепція коеволюції людини - природи - суспільства).

Природничий туризм і екотуризм є особливо важливими формами туризму тому, що вони здатні, з одного боку, забезпечувати поступальний і сталий його розвиток, а з другого, узгоджувати життєві потреби теперішніх і майбутніх поколінь, насамперед потребу у здоровому середовищі проживання. В сфері екотуризму розміщуються також лінії перетину соціо-економічних та культурних інтересів та запитів міського та сільського населення. Для сільських жителів, як, до речі, і для жителів малих міст і селищ, екотуризм корисний насамперед тим, що він активно сприяє створенню робочих місць, розв'язанню проблеми зайнятості населення, дуже актуальної для України.

Зауважимо, до речі, що створення нового робочого місця в туризмі, за підрахунками економістів, становить лише 40 відсотків від вартості нового робочого місця у промисловості. Винятково важливим при цьому є також культурологічний аспект цієї проблеми - облагороджування сільських зон прийняття туристів, формування цивілізованої

інфраструктури сільської готельної гостинності. Практика свідчить, що 90 відсотків сучасної світової туристської інфраструктури становить її приватний сектор, значна частина якого розташована саме в сільській місцевості. "Екологічний туризм" прилучає міських жителів до місць збереження і відтворення традиційних ремесел, до джерел фольклорної культури, що активно сприяє патріотичній просвіті, пробудженню і вихованню історичної пам'яті, без чого немислимий процес національного відродження. Екологічний туризм привабливий ще й тим, що в його процесі відбувається взаємозбагачення духовного світу його учасників: городяни одержують можливість наочно оцінити сутність сільського способу життя, його привабливі сторони, а сільська молодь - сприйняти позитивні (саме такі!) сторони міської культури, репрезентовані її конкретними носіями.

Відіграючи взаємозалежні ролі в туристському спілкуванні, його учасники зміцнюють суспільну корпоративну свідомість - "чуття єдиної родини". Зазначена теза - збіг інтересів різних соціальних верств і груп, у тому числі етнічних (етнічний туризм) - плідно працює у контексті вироблення загальносуспільної об'єднуючої ідеї. Наполегливо обстоюючи цю туристсько визначену місію консолідації суспільства, філософ, професор В. К. Федорченко переконливо її обґрунтовує соціо-економічними, кроскультурними, політичними аргументами.

Таким чином, навіть побіжний погляд на феномен туризму дає підстави вважати, що його філософське осмислення – філософія туризму-передбачає з'ясування його гносеологічних, соціальних, аксеологічних, духовно-культурних функцій, а також виявлення праксеологічних можливостей. Філософсько-світоглядний підхід до туризму переконує, що цей вид суспільної, групової та індивідуальної діяльності істотно сприяє справі об'єднання людей, комунікації та соціалізації особистостей на основі їх ознайомлення з цінностями вітчизняної та світової культури, опанування і поширення загальнолюдських етичних цінностей у душі їх розуміння і поваги. В цьому сенсі будь-який (крім сурогатного) туризм є "культурним". Не можна вважати, що культурно-моральною орієнтацією не позначається, скажімо, діловий, бізнесовий або лікувально-оздоровчий туризм. Тому коректною підставою диференціації видів туризму має бути не критерій культури - який відокремлює "культурний туризм" від інших його різновидів як "некультурних", а його змістовно-функціональна мета. "Краса врятує світ" - стверджували мудреці.

Ідеалізм цього вірування не раз спростовувався вульгарною прагмою життєвих вчинків, гірким перебігом драматичних історичних по-

дій.

Найяскравішим доказом крихкості, взаємопов'язаності сучасного світу, трагічної "влади" в ньому злочинних "випадковостей" і "рапто-востей", здатних внести радикальні переміни у світоглядну свідомість, є американська трагедія 11 вересня 2001 року, або російські трагедії 2004 року, які насправді виявилася викликом з боку світового тероризму усьому цивілізованому світові. Звичайно, подібні злочинні акції здатні істотно вплинути на глобальні туристські тенденції. Але будемо сподіватися, що людство здатне приборкати і таку сучасну форму існування соціального зла, як тероризм. Можливо, світ людей стане цивілізованішим саме завдяки туризмові? Люди, що мандрують, не воюють, не вбивають собі подібних, не розбивають наметових містечок протесту. Вони хочуть іншого - відпочити, оздоровитися, пізнати нове і цікаве, духовно розвинутиися і вдосконалитися, потоваришувати з іншими людьми. В цьому - життєва філософська істина туризму. Сприяти здійсненню цих бажань, реалізувати можливість безпосередньо і особисто відкривати для себе визначні місця України, Європи, нашої планети взагалі найважливіше завдання відповідального, стійкого, усталеного і загальнодоступного туризму в межах реалізації прав, які належать всім людям.

Філософський погляд на феномен туризму, втім, виявляє в ньому як позитивні, так і негативні риси. Як і будь-якому соціальному явищу, туризму притаманні антиномічна природа, внутрішні суперечності. Це суперечності між тенденцією демократизації суспільного життя і елітаризацією готельних та екскурсійних послуг; між інтернаціоналізацією туристських зв'язків і певною національною відмежованістю окремих регіонів розташування туристських центрів; між зростанням обсягу туристських потоків та обмеженістю зон туристських атракторів у їх прийомі тощо. Не можна не зважати на те, що універсалізація туризму, його глобалізація відчутно спричиняє девальвацію самотутньої національної культури. Насаджуючи стандарти масового туристського ринку (як приклад назвемо експансію "макдональдської" кухні) безвідповідальний організатори туризму, бажають вони цього чи ні, ведуть до "розчинення" унікальних культурних зразків, сприяють витвору штучних туристських артефактів, які часто-густо набувають відверто комерційного або маскарадного, карнавального характеру.

Зазначені суперечності, негативні тенденції, наявні і приховані (ла-тентні) загрози, притаманні туризмові, а наведений перелік їх можна значно продовжити, також є об'єктом саме філософської уваги.

Ось чому планування і впровадження широкомасштабних турист-



ських заходів та й повсякденна туристська практика має здійснюватися не лише фахівцями та експертами галузі, які зосереджують головну увагу на грошових, матеріальних, статистичних аспектах туризму. "Навпаки, в туризмі мають поєднуватися риси мистецтва, філософії, етики і естетики, які об'єднані у загальну концепцію". "Філософія туризму-говорив у своєму виступі на "круглому столі", присвяченому цій темі, професор М. В. Попович, - повинна бути такою ж цікавою і змістовною, як і філософія книги" - це коли думка вільна, людина має можливість фантазувати, мріяти, описувати свої роздуми і висловлювати їх у книгах, наукових розробках". Розвиток туризму не самоціль, а важливий елемент загальної стратегії соціально-економічного і духовного поступу країни, стратегії, яка покликана забезпечити сталий розвиток суспільства. "Концепція сталого розвитку стосується не лише економічного зростання, соціального прогресу та охорони навколишнього середовища. Вона має також етичний та культурний виміри". У цьому зв'язку особливої уваги потребують духовні, гуманістичні цінності туризму.

Філософія туризму теоретично "санкціонує" соціальні, моральні інтенції туризму, стверджуючи тим самим його благородну гуманістичну місію сприяти духовному вдосконаленню суспільства, бути впливовим чинником розвитку особистості.

## Тема 10. Педагогіка туризму

*Педагогіка туризму* - наука, що вивчає процеси виховання, навчання і розвитку особистості у контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму.

Кожна наука має свій предмет і об'єкт дослідження та є синтезом знань про явища дійсності, які вона вивчає. Разом з тим вона неодмінно перебуває в певних взаємозв'язках із іншими науками.

Предмет педагогіки туризму - особлива сфера суспільної свідомості з виховання (складовими частинами якої є освіта і навчання) людини під час перебування її в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях на іншій території та виховання професіонала для туризму.

Педагогіка туризму досліджує виховання як свідомий і планомірний процес підготовки особистості до життєтворчості в інокультурі, розкриває сутність, закономірності, тенденції та перспективи цієї підготовки, вивчає принципи і правила, які регулюють виховну діяльність.

Педагогіка туризму ґрунтується на загальній педагогіці, теорії виховання підростаючих поколінь. Зумовлено це тим, що людина у будь-якому віці здійснює подорожі, стає туристом. У ході подорожей відбувається формування духовних і фізичних якостей. Істотним є розкриття детермінант, що формують особистість туриста, чинників, які впливають на розумові та фізичні сили, основи світогляду, переконання, моральні почуття, риси характеру, потреби, інтереси, уподобання тощо.

Педагогіка туризму вивчає процеси виховання, освіти і навчання лише у властивих їй межах, розглядає у цих процесах тільки аспекти педагогічно спрямовані на туризм. Педагогіка туризму досліджує те, на яких загальнопедагогічних засадах, основах галузевої педагогіки, завдяки яким засобам виховної роботи потрібно будувати виховний процес, освіту і навчання туристів різних вікових груп, підготовку кадрів в освітніх закладах, туристського спрямування.

*Методологічні функції педагогіки туризму:*

виховна - формування відчуття колективізму, моральних та етичних цінностей, розвиток умінь діалогічної взаємодії;

освітня - отримання, поповнення та закріплення знань з історії, культурології, рекреації, природознавства тощо;

оздоровча - дотримання оптимального режиму фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан

організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей.

*Засоби туризму* - один із провідних аспектів аксіологічного організованого простору, основна функція якого - впливати на розвиток особистості для розширення доступності соціокультурної сфери та об'єктів природного і культурного надбання. У даному контексті необхідно зосередитися на мультиплікативній ролі ту-ризму в розширенні організованого аксіопростору. Саме туристичні засоби, як частина соціальної інфраструктури, в той же час створюють нові організаційні можливості для доступності всіх елементів аксіопростору. Вони включають у соціальний оборот клуби, спортивні комплекси, будинки творчості, природні і культурні здобутки. Тому можна говорити про розвиток соціальної мультиплікативної функції педагогіки туризму.

*Спеціальні функції педагогіки туризму*: рекреаційна; адаптаційна; аксіологічна.

Спеціальними дослідженнями доведена провідна рекреаційна роль туризму. Саме у туризмі, як ні в жодній іншій діяльності, передбачається активна діяльність, яка дозволяє не тільки поновити, але й розвивати життєві сили людини - фізичні, інтелектуальні та емоційні. Розвиток рекреаційних функцій педагогіки - найважливіша задача, яку має розв'язати педагогіка туризму.

В останні роки вчені фіксують зниження рівня адаптації людини до змін природного і соціального середовища, а в деяких випадках і повний розрив адаптаційних здібностей. За цих умов важко переоцінити адаптивну роль туризму, що пропонує ефективні механізми і засоби фізичної, психологічної та інтелектуальної адаптації людини. У цьому полягає адаптаційна функція педагогіки туризму.

Важливим аспектом виховних можливостей педагогіки туризму є аксіологічна функція педагогіки туризму. Атрактивність (привабливість, цікавість) здатна не тільки оновити людину, але й оволодіти її інтересом. З цієї позиції можливості туризму й екскурсії щодо педагогіки не тільки невичерпні, а й не досліджені.

Розробка педагогіки туризму вимагає визначення чітких наукових засад, що виступають підґрунтям, врахування сучасних тенденцій розвитку цивілізаційних та державницьких настанов. Вихідною тезою розробки педагогіки туризму виступає положення, згідно з яким в основу досліджень має бути покладено психолого-педагогічні засади розвитку людини, а центром відрахунку в формулюванні основних категорій - вчення про цінність й сенс її буття.

Найважливішою цінністю європейської культури, до якої ми належимо, є самостійність людини, її свідоме ставлення до життя, індивідуальна своєрідність, особистісний спосіб буття. Через туризм особистості дарується зустріч з природою, культурою, іншими людьми, самою собою, формується здатність до самореалізації, вияву моральної за змістом і активної за формою позиції "Я - Світ".

Туризм надає можливість особистості навчитися свідомому й відповідальному ставленню до життя, реалізовувати свій біологічний, психологічний потенціал, розвивати своє "Я". На жаль, проблема розвитку особистості засобами туризму не була предметом спеціальної уваги традиційної педагогічної науки. Ігнорувались виховна, освітня, оздоровча функція туризму, рекреаційні, адаптаційні та аксіологічні можливості туризму для розвитку особистості, суб'єктивної активності людини. Зазначене нівелювало проблему саморозвитку особистості як таку. Наслідком цього є те, що з переліку основних чинників розвитку особистості випадала творча активна діяльність, що розгортається, змінюється з віком, набуває нових якісних характеристик, відіграє важливу роль в особистісному зростанні.

Оскільки сучасні пріоритети орієнтовано на розвиток особистості як суб'єкта власного життя, то особливого значення й посиленої уваги потребують питання впливу соціальних систем, серед яких і туризм, на формування особистості. У контексті означеного набувають особливого значення ідеї та категорії педагогіки туризму.

*Основними категоріями, що належить освоїти вченим і практикам педагогіки туризму, є такі:*

1. Категорія "виховання" є провідною в розробці методологічних засад, розкриває сенс туристської діяльності, професійної підготовки фахівців для туризму, привертає увагу теоретиків і практиків до виховних моделей у туризмі. Оперуючи поняттям "виховання", дослідник має на увазі багатofакторний процес, що залежить від низки об'єктивних і суб'єктивних чинників. Якщо об'єктивними чинниками є соціально-історичні особливості, культурні традиції країни, система освіти, то до суб'єктивних факторів відносять особистісні якості організаторів виховного процесу, рівень їхньої педагогічної майстерності, психологічні особливості та ціннісні орієнтації учасників виховного процесу.

2. Категорія "буття" привертає дослідників туризму до об'єктивної реальності, до характеру, специфіки, насиченості, продуктивності та конструктивності існування людини як носія своїх фізичних, психічних та соціальних сил, тобто акцентує увагу на дослідженні проблеми "буття-в-іншому світі". У контексті означеної категорії особливого

значення набувають поняття види і форми туризму, які засвідчують різну міру наповнюваності та міру припустимої складності "буття-в-туризмі" різних особистостей. Важливу роль у ви-хованні особистості в туризмі відіграє поняття "привабливість туристичного продукту", яке засвідчує ймовірність часткової, далекої від оптимальної міри реалізації мотиваційних детермінант особистості.

3. Категорія "свідомість" у вихованні в туризмі фіксує значення особистості в небезсторонньому освоєнні ним дійсності, здатності людини давати собі самій звіт щодо свого ставлення до іншого світу, людей, власного "Я". Особистість у туризмі має відповідати за задумане і вчинене, визначати цілі своєї діяльності.

4. Категорія "діяльність" актуалізує проблему творчої активності, здатності особистості взаємодіяти з інокультурою, цілеспрямовано впливати на неї, задовольняючи свої біологічні та соціальні потреби. Важливу роль у розрізі педагогіки туризму відіграє культуротворча діяльність особистості. Визнання пріоритету культуротворчих форм діяльності для різних вікових груп орієнтує дослідників туризму на розробку різноманітних соціальних туристських програм.

5. Категорія "цінність" займає в розробці теоретико-практичних за-сад педагогіки туризму одне з провідних місць, оскільки морально-ціннісна площина розвитку особистості засобами туризму визнана Глобальним етичним кодексом туризму, міжнародними правовими актами з туризму. Це означає, що теоретики і практики мають більш, аніж традиційно, приділяти увагу проблемі особистісних виборів, переваг, ціннісних орієнтацій, прихильних та неприхильних ставлень туриста до системи: природа - культура - інша людина.

6. Категорія "мета" та "результат" у розрізі педагогіки туризму актуалізують необхідність узгодження того, до чого прагнуть організатори туризму, з тим, що розглядається ними як критерії оцінки кінцевого підсумку. Мета - гармонійно та різнобічно розвинена особистість, здатна ціннісно ставитися до природи, культури, оточуючих людей, виявляти активну за формою та моральну за змістом позицію в інокulturі результат - особистісне становлення особистості, система ціннісних ставлень до світу. Базуючись на узагальненнях психолого-педагогічної науки, необхідно обґрунтувати зазначені категорії у розрізі педагогіки туризму. Важливо, щоб сенс педагогіки туризму не пов'язувався лише з соціалізацією різних вікових груп засобами туризму, а полягав у вихованні і навчанні конкретної особистості з її індивідуальними особливостями.

## Тема 11. Праксеологія туризму

*Праксеологія* (від грец. — справа, діяння і — вчення) — термін, яким іноді позначають галузь комплексних наук. досліджень, що вивчає умови, методи й заг. принципи ефективності та якості людської діяльності. Як самостійна наук. дисципліна П., завдяки ширшому колу досліджуваних проблем, відрізняється від близької за змістом галузі — наукової організації праці. Основоположник П.— польс. ученні Т. Котарбінський, який у 20-х рр. 20 ст. дав філос. аналіз принципів "якісної роботи". Класичною працею з П. вважається його твір "Трактат про хорошу роботу" (1955). Сучас. напрямками праксео-логіч. досліджень в ПНР є: заг. теорія раціональної діяльності, структура організації трудових колективів, принципи функціонування і правила управління трудовими колективами, продуктивність праці, типологія помилок і порушень у процесі праці, критерії оцінки результатів діяльності, способи раціонального використання ресурсів і, зрештою, розроблення практичних рекомендацій для організації ефективної праці і створення оптимальних моделей певної розумової і фіз. праці. Характерними для П. є емпіричні дослідження оптимальної діяльності підприємств, наук. установ, закладів нар. освіти та охорони здоров'я, що пов'язані з вивченням міжособових стосунків у колективах, субординації взаємин між виробниками та управлінським апаратом, питань підвищення ділової кваліфікації. Крім даних теор. і емпіричних досліджень, П. використовує досягнення кібернетики, економіки, соціології, соціальної психології, мистецтва й повсякденного досвіду і на цій основі виявляє організаційно-тех. закономірності раціональної діяльності.

## ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеева О. А. Некоторые аспекты функционирования индустрии туризма [Текст] / О. А. Агеева, В. В. Дворниченко, Ю. В. Забаев. - М. : Вестник, 1998.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм : учебник [Текст] / А. Ю. Александрова. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 470 с.
3. Вавилова Е. В. Основы международного туризма : учебное пособие [Текст] / Е. В. Вавилова. - М. : Гардарики, 2005. - 160 с.
4. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес : серия «Учебники, учебные пособия» [Текст] / Ю. Ф. Волков. - Ростов н/Д : Феникс, 2003. - 352 с.
5. Воскресенский В. Ю. Международный туризм : учебное пособие для студентов вузов [Текст] / В. Ю. Воскресенский. - М. : ЮНИТИ ДАНА, 2006. - 255 с.
6. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие : учебное пособие [Текст] / В. Г. Гуляев. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 304 с.
7. Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм : учебное пособие [Текст] / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев. - М. : КНОРУС, 2005. - 576 с.
8. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учебник [Текст] / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. - 3-е изд., перераб. и доп. - Мн. : Новое знание, 2002. - 368 с. - (Экономическое образование).
9. Квартальнов В. А. Туризм : учебник [Текст] / В. А. Квартальнов. - М. : Финансы и статистика, 2000. - 320 с.
10. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст] / В. Ф. Кифяк. - Чернівці: Зелена Буковина, 2003. - 312 с.
11. Лукашевич М. П. Соціологія туризму: Курс лекцій / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандор. Переді. В. К. Федорченко. - Ужгород: Мистецька Лінія, 2008. - 340с.
12. Лукашевич О. Н. Психология туризма; концептуальное определение. Монография / Оксана Лукашевич. - Киев: Издательство КУТЕП, 2004. - 228с.
13. Любцева О. О. Рынок туристических услуг (геопросторовые аспекты) [Текст] / О. О. Любцева. - 3-е вид., перероб. та доп. - К. : «Альт прес», 2005. - 436 с.
14. Нечаюк Л. І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навчальний посібник [Текст] / Л. І. Нечаюк, Н. О. Телеш. -

К. : Центр навчальної літератури, 2003. - 348 с.

15. Пазенок В.С. Туризмология. Теоретический образ туризма / В.С. Пазенок. – К.: Альтерпрес, 2012. – 276 с.

16. Романов Ю. И. Культурология / Ю. Н. Романов. – СПб.: Питер, 2009.- 208с. (Серия «Краткий курс»).

17. Сенин В. С. Организация международного туризма: учебник [Текст] / В. С. Сенин. – 2-е изд., переаб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 400 с.

18. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу [Текст] / І. В. Смаль. - Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. - 336 с.

19. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підручник [Текст] / Т. Г. Сокол. – К. : Альтерпрес, 2009. – 447 с.

20. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: учебник [Текст] / Дж. Р. Уокер. - пер. с англ. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 463 с.

21. туризмология: концептуальні засади теорії туризму і науково-навчальне видання. – К.: КУТЕП, 2008. – 825с.

22. Устименко Л. М. Історія туризму - Навчальний посібник [Текст] / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьєв. – К. : Альтерпрес, 2005. – 320 с.

23. Федорченко В.К., Педагогіка туризму / В.К.Федорченко, Н.А.Фоменко, М.І.Скрипник та ін. К.: Видавничий дім "Слово", 2004. 296 с.

24. Чудновский А. Д. Гостиничный и туристический бизнес [Текст] / А. Д. Чудновский. - Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство «ЭКМОС», 2000. - 352 с.

25. Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие [Текст] / А. Д. Чудновский, М. А.Жукова. – М. : КНОРУС, 2006. - 104 с.

26. Шаховалов Н. Н. Интернет-технологии в туризме : учебное пособие [Текст] / Н. Н. Шаховалов. – Барнаул : Издательство АлтГАКИ, 2007. – 251 с.

27. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник [Текст] / за ред.. проф.. І. М. Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.

28. Явкін В. Г. Проблеми географії та менеджменту туризму [Текст] / В. Г. Явкін, В. П. Руденко, О. Д. Король – Чернівці : Рута, 2006. – 260с.