

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернігівський національний технологічний університет

КОНСПЕКТ
Лекцій з дисципліни
«ТУРИЗМОЛОГІЯ»
для магістрів спеціальності 242 «Туризм»

Чернігів-ЧНТУ, 2017

Конспект лекцій з дисципліни «Туризмологія» для магістрів спеціальності 242 «Туризм» / укладач І. В. Безуглий. – Чернігів: ЧНТУ, 2017. – 62 с.

Зміст

1. Сутність і структура туризмології 3
2. Становлення та етапи розвитку науки про туризм (туризмології)
3. Філософія туризму
4. Екологія туризму
5. Культурологія туризму
6. Етичні виміри туризму
7. Педагогіка туризму
8. Психологія туризму
9. Конфліктологія туризму
10. Правознавство і туризм

1. Сутність і структура туризмології

У контексті сучасної доби «туристська революція» постає важливим виміром буття сучасного людства — якісною зміною способу життя сотень мільйонів людей, для яких туристські подорожі стають «другим життям». При цьому туризм як спосіб життя для багатьох набув не образного, а буквального значення — у сфері туристської діяльності задіяний кожний дев'ятий працівник планети. В орбіті цієї діяльності перебувають економіка, політика, культура і освіта всіх без винятку країн. За допомогою туризму людина здатна зрозуміти і відчувати світ в усій його повноті — «це революція, яка надає всім громадянам світу можливість мандрувати, революція, в якій вони, відчуваючи почуття гордості, можуть брати участь» (Гаагська 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», їх експлуатацію.

Глобальну проблему людства — освоєння навколишнього світу на якісно нових засадах — не можна розв'язати, знехтувавши таким чинником як «туристська 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, добувачам 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 орієнтована 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 сутності предмета аналізу, тобто зрозуміти і рефлексувати глибинні якості туризму. Фактуалістичне знання характеризується своєю 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», у т. ч. щодо перспектив розвитку масового туризму.

Об'єктом теоретичного знання, насамперед туризмології, є феномен туризму. Феномен «являє себе» світові і людині, чуттєво сприймається, на відміну від сутності (ноумен), яку можна зрозуміти тільки за допомогою розуму. Інакше кажучи, правомірно розрізняти явище і сутність туризму. Якщо багатоманітні явища та прояви реального туризму можна пізнати засобами досвідного, емпіричного пізнання, на практиці, то сутність — тільки за допомогою раціонального мислення, абстрактних теоретико-методологічних процедур, які забезпечують створення ідеального образу туризму, його різноманітних моделей. Поряд з поняттям «туризмологія» нерідко вживають інші, які також рефлексують світ туризму, — «туризмознавство», «туризмометрія», «туризмографія», «туристика». На перший погляд, їх 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 туристських послуг тощо. Туризмознавство також охоплює історію зародження туризму, у т. ч. літопис виникнення й еволюції теоретичних рефлексій цього феномену.

Термін «туризмографія» означає письмові чи символічно, знаково зафіксовані свідчення щодо туризму, його опис, звіти мандрівників, розповіді (нарлативи), щоденники, книги, статті та інші зразки наукового, епістолярного чи белетристичного жанру, картографічні документи, що виготовляли протягом тисячолітньої історії подорожей, а також графіті як візуально зафіксовані свідчення вражень тих, хто подорожує. Термін «туризмометрія» насамперед відображає можливість математично «замірювати» туристську діяльність, обчислювати туристські потоки, визначати місця розміщення, їх місткість, отримувати різноманітні статистичні дані щодо економічної, соціальної та культурної ефективності туризму. Поняття «туристика» також претендує на визначення автономності туристського 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 сутність 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 стосовно таких розділів туризмознавства, як педагогіка чи етика туризму, туристський менеджмент чи маркетинг; по-третє, туризмологічні концепти (поняття, які функціонують у режимі розуміння-пояснення) забезпечують створення теорії туристської діяльності, яка, у свою чергу, за умови свідомого засвоєння і використання є надійною основою практичної діяльності.

Викладені міркування не претендують на безумовність чи безальтернативність. Однак неможливо здійснювати вплив на будь-яку практику без її визначення і пізнання, навіть суб'єктивного, тим паче, що одне і те саме поняття часто трактують по-різному. Поглиблена робота над термінологічним визначенням специфіки феномену туризму має особливе значення для формування туризмології. Це не лише важливе наукове завдання, а й практична потреба. Понятійна прозорість і чітка наукова визначеність змісту фахової термінології конче необхідні у справі нормативного забезпечення діяльності галузі, для створення досконалих навчально-освітніх програм.

Туризмологія у структурі туризмознавства

Створення туризмологічної науки — багатовекторний процес. Він розгортається як «зверху» (постановка проблем, формування ідей та гіпотез, визначення концептів, розроблення теоретичної моделі), так і «знизу» (теоретичне осмислення практики, тобто праксеологія туризму, узагальнений аналіз її складників — економіки, маркетингу, готельярства,

рекреалогії тощо). Важливою є підготовка матеріалів довідниково-словникового характеру, адже туризмологічний тезаурус, за умов його науково-аргументованого опрацювання і узгоджено-конвенціонального сприйняття та використання, поєднує фундаментальну та технологічну частини туристського знання, конститує 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. У методологічному аспекті туризмологія має формуватися як діалектична єдність основних концептуальних елементів наукової системи — онтологічного (реально існуючого), гносеологічного (теоретико-пізнавального), антропологічного (людиновимірального), аксіологічного (ціннісно-оцінювального, морального), соціологічного (суспільно значущого), пропедевтичного (виховного), праксеологічного (практично-орієнтувального), інформаційного (повідомлювального, роз'яснювального). Саме такий цілісний та системний підхід забезпечить існування метатеоретичного рівня туризмології. Становлення науки про туризм (туристики, туризмознавства, туризмографії, туризмометрії, туризмології) відбувалося поступово, протягом усього періоду зародження та розвитку туризму.

Адекватно до масштабів і значущості масового туризму відбувається його осмислення. Як результат цього інтелектуального процесу формується теорія туризму. Вона узагальнює та концептуалізує багатоманітний матеріал спостережень над туризмом як соціальним, економічним, культурним явищем суспільного життя. Знання про туризм, у т. ч. про історію його зародження, сутність, форми тощо з його накопиченням і концентрацією набуває наукового, теоретичного оформлення у туризмології.

Витоки теорії сягають давніх часів, коли з'явилися перші описи подорожей. Історія подорожей (історія туризму як літопис подорожей) — історіографія туризму, туристське 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). Зачатки наукового знання виникли в культурах Вавилонії, Давнього Єгипту та інших країн, а струнка наукова система знань вибудувалася тільки в новочасовий період (XVII—XIII ст.), коли наука набула інституціалізованого статусу. Туризмологія постала як окрема галузь соціоекономічного знання тільки у XIX—XX ст., у час перетворення подорожей на власне туризм як соціальний інститут. Точний час виникнення інституціалізованого туризму і, відповідно, створення умов для його теоретичної рефлексії, є дискусійним питанням. Вирізняють два протилежні підходи до з'ясування сутності туризму. Перший ґрунтується на твердженні, що поняття «туризм» тотожне терміну «подорож», тобто історія туризму — це історія подорожей. Так російський теоретик туризму В. Грицаєвич пише про «туристів древнього світу» (Греція і Рим), описує «туристські маршрути стародавності», характеризує паломництво давніх часів як «форму туризму». Водночас він зазначає, що «сам термін туризм виник лише у XVII ст.» [15]. Подібну позицію поділяє польський науковець Є. Шнейдер. «Було б помилковим вважати, що туризм виник того року, коли Міжнародне товариство подорожей (Томас Кук і син) з правлінням у Лондоні, засноване у 1843 р., відкрило свої філії в усіх цивілізованих країнах» [204]. Російський туризмознавець М. Біржаков зазначає, що «туризм як частковий випадок подорожей» у своєму теперішньому стані і розумінні виник і оформився наприкінці XIX ст.» [11]. Для конституювання туризмології визначальним є з'ясування часу перетворення подорожей на туризм і, відповідно, «оформлення» туризмознавства як спеціального предмета наукового дослідження.

Другий підхід, якісно-змістовний, полягає в окресленні теоретичного образу туризмознавства, з'ясуванні його статусу як науки. Цю складну роботу покликани виконати фахівці, здатні методологічно, теоретично опанувати і впорядковувати масив різних відомостей щодо туризму. Американський науковець Н. Вінер вказує: «Цілком вірогідно, що 95% оригінальних наукових праць належать менш ніж 5% професійних вчених. Але більша частина з них взагалі не була би написана, якщо б решта 95% вчених не сприяли забезпеченню загального достатньо високого рівня» Термін «туризмологія» іноді використовують для характеристики різних туристських практик. Показовими в цьому плані є публікації белградського часопису «Туризмологічні проблеми». Читачам пропонують такі проблеми: необхідність мультидисциплінарного методу вивчення туризму, забезпечення концептуальної єдності туристської теорії, з'ясування кореляційного співвідношення теорії і практики туризму, виявлення зв'язків туризму з економікою, культурою, соціологією, соціальною психологією тощо. Однак конкретні матеріали, надруковані у номерах цього журналу, не цілком відповідають рубриці «туризмологія», адже містять характеристики корисних властивостей клімату, лікувальних джерел повітря тощо в районі розташування курортів. Власне туризмологічне, тобто теоретико-методологічне знання у журналі не розкрито.

Оскільки більшість учених вважає, що туризм у сучасному його розумінні почав формуватися тільки у XIX ст., теорію туризму слід вивчати як відносно «молоду», динамічну відкриту систему логічно аргументовано викладених і упорядкованих наукових знань про туризм. Її формування зумовлене процесом перетворення туризму на суспільно значущий чинник, що впливає на розвиток цивілізації.

Правомірно визначити два основні етапи генези та еволюції вчення про туризм (туризмознавство). На першому етапі знання про подорожі (передтуризм) ще не долало меж діючої практики, втіленої у ній. Знання про подорожі відображалися переважно у мандрівнографічній, описовій формі. Особливістю подорожей був яскраво виражений діловий, елітарно вибіркового, суспільно обмежений характер, тобто такий, що здійснюється з метою торгівлі, відкриття нових земель, опанування новими ринками, організування дозвілля, відпочинку та оздоровлення. Однак саме тоді з'явилися перші змістовні текстові рефлексії над подорожами, які належали мандрівникам-історикам, дипломатам, філософам, географам, торговельним людям, мореплавцям. Часи античної доби, Ренесансу та Просвітництва можна назвати етапом «доіндустріального» знання про подорожі.

На другому етапі поступово формується інституціалізоване 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, фіксуються у поняттях (концептах), які є основами теоретичної конструкції туризмології.

Акцентовано туризмологічного оформлення знання про туризм набуло у другій половині XIX ст. У європейських туристсько привабливих країнах (Австрії, Швейцарії, Німеччині, Франції, Бельгії, Чехії) з'являються перші праці, які містять систематизовані результати наукового осмислення досвіду туристської справи. У творах науковців цього часу представлена професійна туристична термінологія, 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), датська (Н. Лейпер), швейцарська (К. Крафт, В. Хапсискер, Д. Криппендорф, С. Каспара), французька (Ф. Франжіаллі, С. Перро, Ж.-М. Оернер), американська (Ф. Котляр, Ф. Пірс, Д. Уокер), польська (І. Ендшейчик), 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 туристської статистики» (Е. Фралер). Застосування до туризму математичних моделей закріплювало науковий статус туризмознавства. Теоретичне опрацювання моделей туризму уможливило створення загальної теорії туризму. Цій проблематиці присвячена тритомна праця німецького дослідника Д. Пірса «Туризм сьогодні», «Туристичний розвиток», «Туристичні організації».

Теоретичний образ туризму як цілісної системи, яка поєднує три основні елементи — туриста, туристську DESTИНАЦІЮ, туристську індустрію, — представлений у працях Н. Лейпера (Данія). Він характеризує туризм як «просторову різнопланову людську діяльність, яка стосується різноманітних аспектів людського життя», виокремлює діяльнісний принцип як основний у теорії туризму. Німецький учений В. Нарштедн та болгарський теоретик М. Нешков стали першими класифікаторами туризмологічного процесу.

М. Нешков здійснив персоналізацію теоретиків туризму, а І. Еджейчик запропонував «критичний аналіз наукових поглядів» на розвиток туризму, виокремивши при цьому як предмет осмислення елітарний, привілейований туризм та туризм масовий, демократичний.

Створення теорії туризму розпочалося і в США. Одним із піонерів цієї справи вважають американського теоретика, заслуженого професора туризму Мічиганського державного університету Р.-В. Макінтоша. Він автор дев'яти книжок із проблематики туризму, зокрема праць «Міжнародні подорожі та туризм», «Узгодження прибутку, туризму та індустрії гостинності». Своє розуміння туризму як об'єкта наукового пізнання Р.-В. Макінтош виклав у першому капітальному виданні «Туризм: принципи, практики, філософії» (1971). Разом з ним авторами монографії стали Чарлз-Р. Гоелднер, професор Колорадського університету, та Дж.-Р. Брент Рітчі, професор університету Калгарі. Ця енциклопедія туризму вдало поєднує його теоретичне осмислення та узагальнені міркування щодо практики, досвіду і вдосконалення туристської діяльності. Про її теоретичну спрямованість свідчать рубрики наукового характеру: «ключові поняття», «концепції», такі розділи, як «антропогеографія», «соціологія туризму», «соціальний (субсидований) туризм», «екотуризм» тощо.

У дев'ятому перевиданні (2002) туризм проаналізовано як глобальне явище XXI ст., яке своїми економічними, політичними та соціальними чинниками істотно впливає на життя сучасної цивілізації.

Французький учений, колишній Генеральний секретар ЮНВТО, почесний доктор КУТЕП 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. При цьому, 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 [25]. Кодекс наголошує на демократичному, ліберальному характері туристського 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 туристської практики на всі сектори суспільного життя, охарактеризовано значення туризму як «привілейованого засобу індивідуального та колективного вдосконалення». Ці положення, ідеї та концепції розгорнуто обґрунтовано в подальших працях Ф. Франжіаллі. Він запропонував комплексну дефініцію туризму, образно визначивши його «у вигляді ланцюга», складовими якого є «інфраструктура, гостинність, свобода перетину кордонів, якість товарів та послуг, стан природного середовища, підготовка персоналу, транспорт, «здатність бізнесу адаптуватися до вимог мандрівників», безпека туризму тощо.

Вразливість, чутливість до зовнішніх потрясінь і водночас надзвичайна стійкість, здатність до швидкого відновлення своїх позицій — характерні якості туризму. У багатьох аспектах туризм еволюціонує швидше, ніж інші елементи суспільства. Ці особливості сучасного туризму відображає концепція розвитку туризму і філософія, на якій вона ґрунтується. «Сталий розвиток є майбутнім всесвітнього туризму, не межею його зростання, а швидше гарантією тривалого успіху». Концепція сталого розвитку туризму прагне розв'язати кілька соціально значущих завдань: боротьби з бідністю, «контрольованої лібералізації» туристичного бізнесу, екологічної безпеки тощо. Однак при цьому слід зважати на те, що проблему стабільності, сталого розвитку слід долати з урахуванням тенденції нестабільності суспільного поступу, дії таких чинників, як мінливість, посилення значення випадковості, природних та соціально-політичних катаклізмів, багатоваріативних сценаріїв розвитку суспільних подій. Усе це перманентно породжує ситуацію соціальних ризиків, що впливають на всі сфери туризму, особливо на туристський бізнес. «Туризм — це глобальне явище сучасності, що характеризується проявом суперечливих тенденцій інтеграції та диференціації міжкультурних, економічних, політичних взаємодій».

Із накопиченням знань про туризм формують основні розділи туризмознавчого знання, визначають проблематику, випрацьовують теоретичні формули, розробляють понятійний апарат.

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

— з'ясування сутності 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 туристської діяльності.

Запропонована структура туризмології є достатньо умовною. Вона має суб'єктивний характер і не заперечує інших підходів до визначення сутності туризмологічного знання, представленого в різних зарубіжних і вітчизняних публікаціях туристичної спрямованості.

Різні назви науки про туризм відображають не тільки різні підходи до визначення туризму, а й неоднакове розуміння його сутності. Загальна теорія науки визначає сутність як сукупність істотних властивостей та якостей певної речі чи явища. Туризм як суспільне явище, соціальний інститут має комплекс властивостей і якостей — економічних, технологічних, інформаційних, морально-комунікативних, культуропізнавальних, рекреаційних тощо. Тому слід насамперед визнати, що туризм за своєю сутністю є багатоаспектним утворенням. У ньому наявні кілька сутностей, що зумовлює різні його інтерпретації. У теоретико-методологічному плані пізнавальна думка науковця-туризмолога здатна йти від сутності «першого порядку» до сутності «другого порядку» і т. д. Сутнісними ознаками туризму є одночасно і те, що це організована подорож, і країнознавче відвідування, і рекреаційний захід тощо.

Із туризмологічного погляду глибинна сутність туризму полягає в тому, що він є формою самореалізації людини. Така інтерпретація туризму руйнує його стереотипне розуміння як «індустрії» з виготовлення «туристського продукту». Індустрія туризму чи туристська інфраструктура за всієї важливості і значущості не є визначальною і глибинною сутністю туризму. Нею є людина, що подорожує з метою задоволення своїх потреб. Турист-мандрівник — це головний об'єкт теоретичних розмислів туризмологів. Особистість туриста точно відображає визначення, яке запропонував французький філософ Г. Марсель, — «*homo viator*» (людина — мандрівник, скиталець).

Наголошування на тому, що саме турист є центральним об'єктом туризмології має принциповий характер. Таке розуміння сутності туризму відповідає загальній тенденції гуманізації, антропологізації та аксіологізації сучасного соціогуманітарного знання. Повернення до людини, відхід від індустріалістського розуміння сутності суспільних процесів — характерна особливість новітньої соціогуманітарної науки. Людина, що подорожує (учений, науковець, бізнесмен, прочанин, відпочивальник, країнознавець, спортсмен-альпініст та ін.), — це не просто споживач туристського продукту, що пересувається у просторі і часі, а особистість, яка протягом мандрівок, походів, відвідувань долучається до світу природи, культурних артефактів, цінностей інших країн і народів. Саме така особистість формує епіцентр теоретичної рефлексії туризму. Отже, турист є визначальним об'єктом, а теоретично узагальнені знання про особистість туриста — предметом туризмології як науки. Суб'єктом туризмології є науковець, здатний теоретично, фахово осмислити об'єкт свого знання, тобто туризмолог, туризмознавець. Це осмислення відбувається в контексті розуміння туризму як суспільного простору буття людини-мандрівника, в якому здійснюється її самореалізація.

З'ясування поняття «туризм» також 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 присутнє поняття «*tour*» (коло, окреслений замкнутий маршрут). Інакше кажучи, туризм у мовному розумінні — це словесне визначення специфічного виду подорожі, мандрівки або просто прогулянки;
- 2) діяльнісним. Відповідно до цього критерію туризм є особливою діяльністю подорожнього. 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.

Інтегративна морально-ціннісна характеристика цього феномену міститься в Глобальному етичному кодексі туризму: «Туризм має плануватися і практикуватися як привілейований засіб індивідуального та колективного вдосконалення; туризм пов'язаний з духовним розкріпаченням, він стає унікальним фактором самоосвіти...» [25].

Понятійний апарат туризмології, її тезаурус налічує не одну тисячу визначень, основні з яких представлено в енциклопедичних та словникових виданнях. Ключовими термінами-концептами, які організують в понятійний спосіб увесь теоретично усвідомлений образ туризму, є такі: «турист», «туризм», «подорож», «дестинація», «туристський продукт», «індустрія туризму», «туристська інфраструктура». Всі вони в різних аспектах і конкретних формах визначають зміст туризмознавства, характеризують туризм системно, атестують його як соціоекономічний та соціокультурний інститут, відображають його загальну структуру.

Усі структурні елементи туризму пов'язані, їх еднають стійкі внутрішні зв'язки, дія яких забезпечує цілісність туризму, його функціонування як системи, діалектичної єдності взаємопов'язаних елементів. Якщо поняття «структура туризму» здебільшого характеризує його кількісну природу, ступінь розвинутої, повноти наявності всіх необхідних ланок, то термін «система туризму» визначає її якісну сутність, зокрема здатність до зовнішніх випробувань, і саморегулювання, стійкість, наявність компенсаційних можливостей.

Особливістю туризму як системи є те, що як соціальний інститут він діє згідно з внутрішніми законами і закономірностями, здатний до синхронного саморозвитку і синергетичної самоорганізації. Особливість системного підходу полягає в тому,

що у діяльності об'єкта проявляються не тільки окремі функціональні властивості, а й загальні системні, які мають кумулятивний (концентрований) ефект, виникають тільки завдяки узгодженій взаємодії всіх частин цілого.

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. Положення про те, що специфіку туризму слід розглядати насамперед у площині відношення «людина — простір — час», у контексті понять «добровільна зміна місця перебування», «зміна ритмів життя» є однією із визначальних тез туризмології. Американський соціолог О. Тоффлер зауважив, що «ми є свідками історичного процесу руйнування значення місця в людському житті». Кількість людей, для яких поїздки, подорожі і зміна місця перебування стали буденним явищем, стрімко зростає. Туризмологія тісно пов'язана з географією, антропогеографією, картографією, туризмографією.

Перші мандрівники (жерці, воїни, пастухи, свинопаси, купці, мореплавці тощо) під час своїх мандрівок фіксували враження від побаченого і почутого. Географічні описи подорожей, у структурі яких спочатку переважала частка практичних, прикладних даних, з часом стала поступатися культурологічним, емоційним, психологічним.

Подорож і туризм — нерозривно пов'язані поняття, які у системно-смысловий спосіб характеризують спосіб життя людини, яка з певною метою тимчасово полишає свою домівку, але ці поняття не тотожні. М. Біржаков указує основні відмінності туризму від подорожей: відстань, місце проживання; мета подорожі; тривалість перебування у дестинації.

«Подорож» — термін, що фіксує факт будь-якого переміщення людини у просторі та часі незалежно від її цільової мотивації. Ознака типового мандрівника — подорожування заради здійснення своїх професійних обов'язків. Мандрівники минулого — це пастухи, номади, кочівники, мореплавці, відкривачі нових земель. Їх подорожі не обмежувалися ні відстанню, ні часом. Туризм, навіть у первісних формах, передбачав поїздки заради відпочинку, оздоровлення, розваг, відвідування пам'ятних місць тощо за рахунок вільного часу. Діяльність туриста під час мандрівок не має за мету комерційні заняття, а час і місце перебування — досить чітко визначені. Тому туризм — це специфічний вид подорожі. Отже, ототожнення туризму і подорожі не є коректним. Подорож як така — це предтеча туризму. Кожний турист — мандрівник, але не кожний мандрівник — турист. З'ясування цих принципів відмінностей, коректне використання формальних, логічних та змістовних критеріїв їх розпізнавання — конкретне завдання туризмології.

Туризмологічний підхід до подорожування істотно відрізняється від географічного чи країнознавчого: по-перше, він наголошує, що головним сюжетним предметом туристської науки є саме «подорожуюча людина»; по-друге, увага науковця-туризмолога зосереджується 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.

Потреба у подорожах належить до найсуттєвіших характеристик людського буття. Французький філософ М. Монтень, якого за пристрасть мандрувати назвали у XIX ст. «першим туристом», писав: «Ми ніколи не буваємо у себе вдома, ми завжди десь перебуваємо». Зміни, які відбувалися і відбуваються у туристському русі, відображають динаміку індивідуального та суспільного життя, у процесі якої розширювався діапазон дії спочатку стихійного, а згодом організованого подорожування. У цьому аспекті виокремлюють такі парадигмальні соціальні виміри подорожі, як мандрівки нобілітету, аристократів, буржуа, середнього класу, широких верств населення.

У давні часи привілеєм невимушеного подорожування користувалися лише знатні люди (нобілі), матеріально забезпечені, «володарі» досить розвинутих духовних потреб. Із часом кількість мандрівників зросла за рахунок молоді аристократії, для якої відвідування історичних і культурних пам'яток, а також відпочинок на морських і гірських курортах перетворилися на звичайний фрагмент способу життя. Наприкінці XVII ст. юні англійські аристократи запровадили «Великий тур» — освітню подорож країнами Європи, почали відпочивати на курортах. У XIX ст. подібне проведення вільного часу стало доступним багатим буржуа, особливо рантє, які також почали подорожувати Європою. У розпалі промислової революції ділові люди теж намагалися проводити відпустки, подорожуючи до історичних і культурних пам'яток, дикою природою, сільською місцевістю (витоки сільського туризму). На межі XIX—XX ст. під час захоплення заморських колоній виникла нова можливість — відпочинок у екзотичних місцях. Першими почали їздити на Мальту, Кіпр, у Єгипет англійці.

Лестерширський друкар і пастор Томас Кук першим організував поїздку потягом для групи із 500 чоловік із Лестера у Лондон, потім налагодив екскурсії до Всесвітньої виставки у Парижі, а також до Єгипту. Поїздки були не просто комерційні, а й благодійницькі. Метою першої масової поїздки був фестиваль товариства тверезості, а учасниками подорожі — переважно звичайні люди.

У середині 20-х років XX ст. у 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 — туризмології — 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 спрямовуються туристські потоки і де реалізуються бажання подорожуючих, задовольняються їх 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 туристського досвіду. «Туристська дестинація являє собою найістотнішу компоненту туризму. У дестинації виявляється вплив туризму на мандрівника загалом...». Характерною особливістю дестинації є наявність у туристському центрі рекреаційних ресурсів, якість туристського продукту, що надається споживачеві. Саме дестинація, як наголошує англійський дослідник Дж. Суорбрик, це головна ланка туристського продукту, яким, зокрема, є охайні морські

пляжі, експозиційно цікаві, добре обладнані технологічно музеї, гарні ресторани, відреставровані або належно впорядковані пам'ятки культури.

Турист прагне в процесі своєї подорожі отримати повноцінний «туристський продукт». Теорія туристського продукту є важливим складником туризмології. За своєю суттю туристський продукт — це сукупність туристських послуг та товарів, які забезпечують функціонування туризму, сфери, у якій задовольняються інтереси та потреби мандрівника.

Туристський продукт як предмет або послуга, що реалізується на туристському ринку, — специфічний товар. За структурою він формується з таких компонентів: туристських послуг (послуг організаторів туризму — туроператорів і турагентів), послуг перевізників, послуг системи гостинності і харчування, послуг працівників установ системи атракцій (розваг, дозвілля); товарів, які споживаються під час туру; робіт, які супроводжують і забезпечують процес споживання туристських послуг. Туристський продукт є основою туру. Туристський 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 надаються комплексно, у вигляді пакета взаємопов'язаних послуг. Категорію «тур» вживають і в іншому значенні — як типову назву туристської подорожі, заздалегідь визначеного маршруту, з конкретними зупинками, під час яких турист отримує комплекс послуг, передбачених турпакетом.

Головним джерелом туристського продукту є туристські ресурси, джерела дестинації, місця призначення мети подорожування. Туристські ресурси — це сукупність природно-кліматичних і культурно-історичних, соціально-культурних об'єктів, які є атракторами туристського інтересу.

Виготовлення турпродукту, комплектування туру забезпечує спеціальна система суспільного виробництва — туристська індустрія.

Туристська індустрія — складна, багаторівнева система виробництва туристського 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, що забезпечують туроператорську і турагентську діяльність. Система індустрії туризму поділяється на такі підсистеми, як система харчування, індустрія гостинності, дозвілля, розваг із притаманними кожній із них функцій забезпечення туристських потреб.

Інфраструктура туризму — це комплекс матеріальних об'єктів, споруд інженерних та комунікаційних мереж, у т. ч. телекомунікаційного зв'язку, доріг, різних підприємств, які забезпечують нормальний доступ туристів до туристських ресурсів та їх належне використання в туристських цілях. Загальна інфраструктура туризму поєднує інфраструктури різних його видів. Частина галузі й закладів цієї інфраструктури безпосередньо зорієнтована на обслуговування відпочинку туристів. У більшості випадків вона також обслуговує місцеве населення. Тому розвиток інфраструктури є потужним стимулом удосконалення місцевої суспільної інфраструктури, чинником освоєння конкретних територій, соціалізації та ресоціалізації населених пунктів, збільшення кількості робочих місць.

Розглянуті розділи туризмології, її опорні концепти — подорож, дестинація, турпродукт, туріндустрія, інфраструктура туризму — не повністю вичерпують її зміст. Важливим складником теорії туризму є вчення про її принципи, методи і функції. Ця частина туристської науки розроблена недостатньо і представлена в туризмологічних текстах поверхово.

Принципи (лат. *principium* — начало, основа) туризмології. У науковому розумінні — це основне, вихідне положення, відправна й організуюча ідея, на підставі якої формується теорія (принцип матеріалізму, принцип універсального руху, принцип пізнання тощо). Принципи як теоретико-пізнавальні категорії відображають закономірності буття, організують і субординують усі його елементи. У межах теоретичного знання принципи сприяють розгортанню цього знання у систему, де всі теоретичні положення логічно пов'язані (принцип єдності мислення і буття). У науці виокремлюють базові (загальні, універсальні) принципи (ідея об'єктивності і закономірності знання) і принципи конкретні, «часткові» (принцип презумпції невинності у правознавстві, принцип конкурентності у ринкових стосунках).

Часто принципи атестують як специфічний підхід до пізнання повного явища (принцип-підхід). У цьому плані визначають історичний, економічний, соціологічний, географічний, антропологічний, психологічний, політичний, правовий підходи, використання яких як принципу зумовлює відповідні концептуальні версії туризмології. Стосовно 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 туристських 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 сутності туризму як форми природно-суспільного буття та життєдіяльності людини, що подорожує. Через цю діялісну призму розглядаються 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 їх упровадження у практику, зокрема наукову. Це вимагає відповідного методичного оснащення.

Методи (грец. *methodos* — шлях до чогось) 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. Теорія формується, розробляється і перевіряється 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 послуговується всіма групами 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.

Зв'язок туризму з численними секторами господарської та соціальної сфери суспільства зумовлює широке застосування прикладних засобів дослідження різних галузей наук.

Принципи і методи туризмології утворюють теоретичну базу для формування основних засад туристської діяльності, визначення її функціональної спрямованості.

Функції (лат. function — виконання) туризмології. Це поняття, які характеризують основні напрями або роль певного чинника, його призначення.

Кожний суспільний інститут, у т. ч. туризм, виконує низку різноманітних функцій. Їх класифікують відповідно до конкретних завдань. До основних функцій туризму, якими оперує туризмологія, належать: пізнавально-ознайомча, економіко-продуктивна, рекреаційно-розважальна, крос-культурно-комунікативна, соціалізуюча. Туризм також виконує функцію «народної дипломатії». 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. Фахівці галузі мають вивчати незнайомі явища, формувати не тільки тактичне вміння, а й стратегічне, перспективне, у т. ч. «застерігаюче», мислення, а також уміти оцінювати не тільки сучасні проблеми теорії і практики туризму, а і його близькі та віддалені перспективи.

Туризмологічна проблемологія. Натепер актуалізуються нові вимоги для досліджень теоретичних і прикладних проблем туристичної науки. Передусім необхідне узгодження розуміння та інтерпретації різних видів туризму за такою змістовою структурою: генеза, функціональні характеристики, туристичне обслуговування, рівень розвитку потреби у створенні та реалізації у туристичній теорії та практиці моделі туристичних центрів і територій як органічних «клітин» туризму. Крім того, актуальною є проблема об'єднання зусиль освітніх, науково-дослідних установ і дослідників у національному та світовому масштабі для розв'язання тих завдань і проблем, які породжує сьогодення.

Туризм як чинник суспільного прогресу. Ця галузь суттєво вплинула на все суспільне життя. У деяких розвинутих країнах туризм є вагомим бюджетоутворювальним засобом, який сприяє розвитку нових секторів соціально-продуктивної інфраструктури, системи виробництва туристського продукту. Ще вагомішим чинником став туризм у країнах, що розвиваються. Він істотно вплинув на характер взаємодії економічних, політичних і соціальних складових суспільного процесу. Саме туризм багато в чому сприяє переходу цих країн від переважно аграрної економічної системи господарювання до туристично орієнтованої економіки. Це посприяло побудові економіки з урахуванням новітніх досягнень техніки і технології. Туризм активно розвивається у стабільних країнах, в атмосфері миру і добросусідства. Йому протипоказані політичні хвилювання, економічні депресії, спалахи громадянських хвилювань, особливо тероризм. Однак навіть за несприятливих обставин туристський рух кожного разу демонструє свою «живучість», він здатний досить швидко регенерувати, відновлюватися. Адже головний стимул, що задіює всі туристські механізми, — людська потреба у подорожуваннях — залишається незмінним.

Туризм — могутній засіб «освоєння світу». Ця філософсько-антропологічна функція туризму також представлена в туризмології, у якій, як і в інших соціогуманітарних науках, концентрується досвід сприйняття світу. Однак на відміну, наприклад, від історичного досвіду, джерелом якого є, як правило, письмово зафіксований фактаж та історіографічні узагальнення, туристський досвід особистісно здобутий, це досвід персонального переживання мандрівних подій. Ідея туризму ґрунтується на активному ставленні до світу, його осмисленні, пізнанні і засвоєнні. Справжній туризм, який ґрунтується на власному сприйнятті іншої культури, істотно відрізняється від віртуального, «телевізійного» туризму, коли людини демонструють задалегідь відібрані артефакти культурних пам'яток.

Туризмологія є молодією наукою. Названі концепти, сформульовані положення — лише частина її складного, багатоманітного змісту. Її становлення і розвиток відбуваються в контексті загальної еволюції сучасної науки, насамперед її соціогуманітарного і економічного розділів. Наука про туризм — міжгалузєва (за галузями знань) та міждисциплінарна (за переліком навчально-освітніх дисциплін).

Зв'язок туризму з численними секторами господарської та соціальної сфери суспільства забезпечує широке застосування прикладних досягнень різних галузей наук, наприклад медицини, валеології (охорони здоров'я). Ці науки і пов'язані з ними кліматологія, бальнеологія, таласотерапія, а також різноманітні лікувальні, профілактичні, відновлювальні методи фактично стали основою для розвитку курортно-лікувального туризму.

На теорію і практику туризму істотно впливає сучасна концепція анімації. Якісно нові сюжети в туризмологічні напрацювання вносить практика альтернативного туризму, поява його нових, часом екзотичних форм.

Туризм реагує на всі зміни в структурі суспільних та індивідуальних людських потреб, на виклики, пропозиції та загрози, притаманні цивілізації XXI ст. Урахування не тільки сучасних проблем теорії і практики туризму, а і його найближчих і віддалених перспектив, майбутніх можливостей — актуальне туризмологічне завдання.

2. Становлення та етапи розвитку науки про туризм (туризмології)

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, що 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 зростає 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 туристської науки;
- 2) початок XX ст. і донині. Під впливом різних чинників, у т. ч, урбанізації, успіхів медицини у сфері бальнеології та пропаганди цілю щих властивостей гірського і приморського повітря, розвитку транспорту тощо туристичний рух починає активізуватися. Він позитивно позначається на соціально-економічній ситуації багатьох країн, стає однією з найрентабельніших галузей господарства.

Австрійський учений К. Шпютц у праці «Географічні умови і т стики 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 принад країни, які бажають бачити іноземці. На початку XX ст, була опублікована праця австрійського вченого Дж. Страднера «Туризм», у якій автор проаналізував позитивний вплив туризму на економічний розвиток регіону. Він уперше звернув увагу на проблему туристського 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 спостерігався в соціо-гуманітарній науці у 30-ті роки XX ст. Актуальною стала проблема історичної та географічної природи відпочинку. Географи збагатили туризм-ознавство описовими роботами як з питань внутрішнього туризму, що розвинувся завдяки автомобільній індустрії, так і міжнародного. У працях К. Небеля, Н. Фостера, Б. Фабера, Дж. Різона досліджено мотивацію подорожей, соціальні чинники організування дозвілля. На початку 40-х років концептуальне визначення туризму запропонували швейцарські вчені В. Хунцікером і К. Крапф [196]. Воно спиралося на системний підхід і подавало туризм як сукупність відносин та явищ, що виникають під час переміщення і перебування людей у місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і роботи. У комплексному трактуванні туризму дослідники виокремили соціально-економічну домінанту.

Почали формуватися національні туризмознавчі школи: австрійська (П. Бернекер, Дж. Страднер, К. Штютц, Р. Енгельман), німецька (В. Нарпгедд, А. Грюнталь, Г. Вегенер, Р. Глюксман, А. Кох, В. Фрейер), британська (З. Бауман, Д. Пірс, Дж. Суорбрак, Е. Коен, Дж. Ленгкік), датська (Н. Лейпер), швейцарська (К. Крапф, В. Хунцікер, Д. Кріппен-дорф, 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.

Автором численних колективних наукових новацій на ниві дослідження туризму стала німецька туризмознавча школа. Її центром у довоєнний період був Дослідницький інститут туризму в Берліні, зосереджений на вивченні туризму в економічному, організаційному, соціологічному, правовому, географічному, метеорологічному і медичному аспектах. У 30-х роках з'явилися праці першого директора цього інституту Р. Глюксмана. Він проаналізував мотиви вибору туристських місць відпочинку і наслідки туристичного руху для навколишнього природного і культурного ландшафту [189]. Наукові проблеми туризму досліджували А. Борман, А. Грюнталь, Х. Позер та ін.

Активізувалася діяльність німецьких туризмознавців у повоєнний період. На початку 50-х років у ФРН було утворено Німецький економічний інститут туризму при університеті в Мюнхені та Інститут туризму при університеті у Франкфурті-на-Майні, що вивчали переважно економічну проблематику. Дослідник А. Кох зосередився на масових туристських міграціях у приміській зоні, зокрема вчений В. Фойгт досліджував роль природного середовища у розвитку туризму. Нині в сфері наукового осмислення туризму працюють німецькі дослідники К. Рупперт, І. Майер, І. Матцнеттер, Б. Бетхим та ін.

Засновником польської туризмознавчої школи вважають С. Ле-щицького. Його праці в середині 30-х років XX ст. були присвячені осмисленню складної природи туризму. Автор наголошував на міждисциплінарному характері, взаємообумовленості економічних, географічних, статистичних, юридичних, культурних і соціологічних складових туристичної практики [198]. Загалом увага польських туризмознавців цього періоду була спрямована на дослідження туристсько-курортного руху (передусім у Карпатах) та економічних аспектів туризму.

У повоєнні роки вони намагалися відродити науково-дослідну діяльність у сфері туризму, уклали чотиритомну працю «Туризм». На початку 50-х років науковці кабінету географії туризму при Інституті географії Варшавського університету В. Мілята, К. Лібер, А. Вжосек, М. Мілевська видали «Словник з географії туризму в Польщі». У середині 50-х років під керівництвом К. Лібера було організовано Інститут правових і економічних проблем туризму, що став головним науковим центром польського туризмознавства.

Польські вчені проваджують масштабні дослідження туризму. Класик польської соціології туризму К. Пшецлавський осмислює «просторову рухливість людини» як суспільний феномен на основі економічних, статистичних, соціологічних підходів. У праці І. Енджейчик «Сучасний туристичний бізнес. Екостратегії в управлінні фірмою» комплексно проаналізовано сутність турбізнесу з відповідним використанням категорій і якісних характеристик.

У 30-ті роки XX ст. увага французьких дослідників була зосереджена на вивченні та осмисленні туристичних потоків. Ж. Мьєж, співробітник Інституту географії Альпійського регіону в Греноблі, детально проаналізував туристську практику в Савойї. У 50-ті роки суттєво розширилися методи дослідження туризму, з'явилося чимало праць, у яких аналізувалися питання туристського попиту, економічні аспекти туристичної діяльності, тенденції розвитку міжнародного туризму. Науковці почали активно використовувати соціологічні методи (анкетування). На початку 60-х років теоретичні і практичні проблеми туризму розробляли такі спеціалізовані заклади: Центр вищої туристської освіти Паризького університету та Центр туристських досліджень університету в Ей-ен-Провансі. Співробітники Паризького центру зосередилися на питаннях територіальної організації туризму. Центр туристських досліджень в Ей-ен-Провансі здійснював широку видавничу діяльність. Дослідники цієї установи досі видають фундаментальні праці з туризму в серіях «Дослідження і спогади» та «Зошити з туризму».

Провідним французьким теоретиком туризму вважають П. Дефер-та. Він сформулював основні принципи національної туристської політики, дослідив проблеми використання туристичного потенціалу в контексті економічного розвитку, і поєднання наукового осмислення туризму з господарською практикою.

Теоретичні засади науки про туризм (зміст, об'єкт дослідження і структуру) сформували британські дослідники Е. Коен [190] та Дж. Ленгкік, Британський учений Д. Неш у роботі «Антропологія туризму» розглянув його як дієвий засіб формування особистості, специфічну систему виробництва і споживання туристичного продукту, в процесі яких відбуваються позитивні трансформації всіх учасників туристичної діяльності [201]. Новий погляд на туризм сформулював британський соціолог З. Бауман. Характеризуючи суспільство споживання, автор наголосив, що туристи дедалі частіше опиняються в стані гонитви за задоволенням своїх бажань, а туристична діяльність все більше націлюється на виробництво нових принад і спокус. Через призму цих процесів досліджуються нові ознаки сучасного туризму.

Продовженням традицій британської школи стали праці Д. Пірса «Туризм сьогодні», «Туристичний розвиток», «Туристичні організації» [203], в яких учений запропонував цілісну теоретичну модель 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 У повоєнні роки американські вчені намагалися поглибити теоретичний рівень наукових знань щодо організації відпочинку населення та забезпечення раціонального туристського природокористування. Наприкінці 40-х років вони почали широко послуговуватись матеріалами соціологічних опитувань (С. Девіс), Піонером створення теорії туризму в США вважають Р. Макінтоша, Сутність своєї концепції він виклав у працях «Міжнародні подорожі та туризм», «Туризм: принципи, практики, філософії».

Багатопланові дослідження туризму здійснюють сучасні американські соціологи Д. Мак-Кеннел і Н. Грабурн. Вони аналізують туризм як новий тип соціального простору, освоєння якою допомагає отримати нові відчуття, здійснити особисті відкриття [200]. У їх працях проведено паралелі між туристичною подорожжю і «таїнством, яке забезпечує перехід від невіразної повсякденності до святкової свободи подорожування».

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. Преобра-женської, рекреаційна географія була представлена як галузь не фізичної, а соціальної географії. Запропонована соціально-географічна система формувалася з взаємопов'язаних елементів: груп відпочивальників, природних та культурних комплексів, технічних споруд, обслуговуючої персоналу та органів управління. Центром системи була особистість, відповідно, розвиток рекреаційної системи розглядався через призму потреб людей у відновленні їх здоров'я і працездатності. «Група відпочиваючих» як основна підсистема зумовлювала розвиток інших елементів [140]. У праці Б. Родомана «Поляризація ландшафту як засіб збереження біосфери і рекреаційних ресурсів» було сформульовано концепцію гармонійного співіснування людини і біосфери. Її автор зазначав, що велике місто і природний ландшафт не мають «заважати одна одній». Для цього між ними треба розташувати інші землі (заміські парки, зони сільського господарства, пасовиська, мисливські угіддя тощо). Ця концепція стала відповіддю на потребу гармонійного співіснування людини і біосфери в умовах процесу урбанізації.

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 сутності 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 і 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 туристських організацій (МСОТО). Її зусиллями 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 туристських 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 їх наукової активності, у т. ч. 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 розробкам у галузі туризму. Ця організація видає «Туристський 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 наголосом на розробленні понятійного апарату туристської науки. Результати досліджень публікують у «Журналі Міжнародної академії туризму».

З другої половини ХХ ст. почала ширитись туризмознавча наукова періодика: «Журнал туристських досліджень» (Journal of Travel Research, 1962), «Аннали туристських досліджень» (Annals of Tourism Research, 1973, Північна Америка), «Туристське ревю» (Tourism Review, 1946), «Туристський рух» (1957, Польща), «Менеджмент туризму» (Tourism Management, 1980, Європа), «Дослідження в галузі рекреології» (Tourism Recreation Research, 1977, Азія) і «Журнал туристського 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.

У 1975 р. на основі МСОТО почала діяти Всесвітня туристська організація (ЮНВТО) — найавторитетніша установа, що відіграє провідну роль у глобальному обміні досвідом та співробітництві в галузі туризму. З 80-х років ЮНВТО розробляє і впроваджує нормативно-правову базу туристської галузі, прогресивні наукові методи осмислення феномену туризму.

У рішенні організації визначено сутність туризму як суспільно значущого феномену, науково обґрунтовано перспективи його розвитку. У доробку ЮНВТО відображена соціальна значущість туризму. Так, у матеріалах Манільської (травень 1997 р.), Гаазької (квітень, 1989 р.) [16], Монреальської (вересень 1996 р.) декларацій, прийнятих на форумах ЮНВТО, дана широкомасштабна характеристика туризму як інструмента міжнародного співробітництва, зближення між народами та чинника індивідуального і колективного розвитку. Зазначено, що світовий туризм може розвиватися лише на засадах справедливості, суверенної рівності, невтручання у внутрішні справи і співробітництва всіх держав незалежно від їх економічних та соціальних систем. В ухвалених документах відображено такі ознаки туризму, як гуманність, спонукання до соціально-економічного та культурного розвитку всіх країн, захисту навколишнього середовища, тощо. Наголошено на важливій ролі туризму у боротьбі з бідністю, створенні нових робочих місць, розвитку і збагаченні соціальної структури суспільства. 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 туристологічного знання стала поява концепції туристської статистики (застосування математичного моделювання свідчило про набуття туристознавством наукового статусу). Важливе значення мали рішення Міжнародної конференції UN WTO «Статистика подорожей і туризму», яка відбулась в Оттаві в 1991 р. На ній було затверджено і рекомендовано для використання систему статистичних визначень, класифікацій і угруповань у галузі туристичної діяльності. Рішення конференції стали суттєвим поштовхом для наукових розвідок в цій галузі знань.

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

Важливим в осмисленні сутності туризму є визначення його гуманістичної спрямованості. Відгуком на потребу часу став Глобальний етичний кодекс туризму, ухвалений на XIII сесії Генеральної

Асамблеї ЮНВТО в Сантьяго в жовтні 1999 р. Основна ідея документа посилення вигоди від розвитку туризму для населення туристських 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.

Інтеграційні процеси в туристичній сфері забезпечують міжнародні туристичні об'єднання регіонального характеру: Центральна європейська ініціатива (ЦЕІ), Процес Дунайського співробітництва (ПДС), Європейська туристична комісія (ЄТК), а також органи з туристичного співробітництва СНД, Організація Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), ГУАМ.

Наприкінці ХХ — на початку ХХІ ст. посилюються глобалізаційні та інтеграційні процеси, які обумовлюють швидку еволюцію туризму і розвиток туристознавства. Комплексне розуміння феномену туризму для забезпечення його сталого розвитку запропонував колишній генеральний секретар Всесвітньої туристської організації. Він також сформулював теоретичну модель туристичної науки як міждисциплінарного поля туристичної діяльності.

Болгарський теоретик туризму М. Нешков запропонував класифікацію туристологічного процесу, проаналізував здобутки теоретиків туризму.

Плідно працюють московська та санкт-петербурзька туристологічні школи (В. Квартальнее, І. Зорін, В. Грицкевич, М. Біржаков). Колишній президент Російської міжнародної академії туризму В. Квартальнее у п'ятитомній праці «Біосфера і туризм» та підручнику «Теорія і практика туризму» розробив теоретичне визначення туризму, висвітлив його історичні форми, охарактеризував значення туризму в різноманітних проявах.

Зусиллями науковців Російської міжнародної академії туризму створено дисципліну «туристка» — цілісну систему сучасних фундаментальних і прикладних наук про туризм, туристську діяльність, туристську економіку, менеджмент і законодавство про туризм. І. Зорін розробив базові поняття про об'єкт, предмет і суб'єкт цієї дисципліни. Курс туристки читають в усіх 25 філіях Академії. У деяких російських вузах (Ново-сибірський і Томський державні університети) запроваджено курс «Туризмознавство» і розроблено відповідний підручник.

Нові погляди на туризм розкриває праця російських дослідників Н. Покровського та Т. Черняєвої «Туризм: від соціальної теорії до практики управління».

Туристське наукове знання активно розробляють білоруські вчені. Зокрема, у праці А. Дуровича «Маркетингові дослідження в туризмі» розглянуто теоретико-методологічні аспекти маркетингових досліджень у туризмі. У деяких білоруських спеціалізованих вузах, у т. ч. Гомельському державному університеті, Білоруському державному університеті, впроваджено курс «Туризмознавство». Видано навчальний посібник С. Андрушко «Вступ до екскурсознавства і туристології». Процес теоретичного осмислення туризму в Республіці Казахстан очолює професор Казахського національного університету ім. Аль-Фа-рабі С. Єрдавлетов. Він сформулював теоретичні підходи до проблем історії та географії туризму, основи туристології як навчальної дисципліни.

Туристологічна школа сформувалася і в Україні. Колектив дослідників Київського університету туризму, економіки і права, очолюваний доктором філософських наук, професором, членом-кореспондентом НАН України В. Пазенком, разом із вченими Інституту філософії НАН України та інших академічних наукових установ розробили такі інноваційні загальнометодологічні навчальні дисципліни, як філософія туризму, педагогіка туризму, історія туризму, соціологія туризму, психологія туризму тощо. Вагомим внеском у становлення української туристологічної школи стало видання «Енциклопедичного словника-довідника з туризму» за загальною редакцією доктора педагогічних наук, професора В. Федорченка. Силами науковців КУТЕП розроблено науково-навчальний проєкт «Туризмознавство: концептуальні засади теорії туризму» (керівники В. Пазенок, В. Федорченко). На базі КУТЕП за сприяння ЮНВТО було організовано п'ять міжнародних науково-практичних конференцій туристологічного характеру. Проблеми туризму висвітлені на сторінках збірника «Наукові записки КУТЕП» (13—14 випусків).

Туризмологічні дослідження здійснюють також учені географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Б. Яценко, О. Любіцева, О. Бейдик).

Здобутком туризмологічного знання стала праця завідувача кафедри готельного, ресторанного та туристичного бізнесу Київського національного торговельно-економічного університету Т. Ткаченко «Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу».

Теоретично і праксеологічно осмислено туризм у працях науковців кафедри туризму Львівського національного університету імені І. Франка (М. Мальська), Донецького інституту туристського бізнесу (В. Данильчук, Г. Алєйнікова, Г. Бовсуновська, С. Голубнича), Одеського національного економічного університету (В. Герасименко), Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького (О. Костюкова), Запорізького національного університету (О. Головащенко) та інших вузів. До процесу теоретичного осмислення туризму долучилися діячі вітчизняного туризму В. Цибух, А. Матвієнко, М. Грицик, М. Шпарик, Е. Самарцев, Ю. Безукладніков, Е. Слободенюк, працівники державних інституцій сфери туризму та практичних організацій туристської галузі Х. Роглев, В. Мацола, М. Євдокименко.

Проблеми туризму відображено у докторських та кандидатських дисертаціях українських науковців: серед інших слід назвати дослідження Н. Крачила «Економіко-географічні проблеми туризму і його ефективність», О. Головащенко «Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз», В. Данильчука «Методологічні основи формування і розвитку туристичної діяльності на промисловій території», Т. Ткаченко «Управління суб'єктами туристичного бізнесу в умовах сталого розвитку», І. Мініч «Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз», Е. Слободенюк «Туризм як чинник гуманізації відносин між народами» та ін.

Дедалі частіше проблеми туризмології стають предметом уваги молодих науковців: студентів, магістрів, аспірантів. У багатьох вищих навчальних закладах туристичного профілю курс туризмології запроваджено до навчальних планів підготовки магістрів. Для методичного забезпечення цієї навчальної дисципліни видано кілька підручників і навчальних посібників.

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

3. ФІЛОСОФІЯ ТУРИЗМУ

Термін «філософія» можна коректно вживати лише за умов, що за його допомогою певне об'єктне явище (природне, соціальне, ментальне) характеризується 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 — здійснювати обґрунтування методології пошуку рішень дедалі складніших проблем людського буття у світі, що стрімко змінюється («гераклітівський потік»), озброювати особистість у пошуку нових смислів існування.

Філософія туризму в системі філософського знання

Діапазон вживання філософських визначень для пояснення різноманітних реалій суспільного життя та людської діяльності останнім часом суттєво розширився. Якщо наприкінці ХІХ і в першій половині ХХ ст. науки про людину і суспільство вважалися повністю відокремленими від філософії, то сьогодні відбувається їх 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 («туризмологія») — специфічної соціоекономічної і соціогуманітарної дисципліни, яка має синтетичний характер і розгалужені міждисциплінарні зв'язки.

Розвиток сучасного туризму відбувається паралельно з глобалізацією. За прогнозами, у 2020 р. світова спільнота мандрівників нараховуватиме 1,5 млрд людей. Образний вислів французького філософа Г. Марсея Ното *l'iaïog* (людина мандруюча) [89] влучно доповнює вже усталені іпостасі людини як істоти, котра 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, мореплавств, 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 сутність. І раніше, і тепер, зазначав Арістотель, дивування спонукало людей до філософствування. Подорожі збагачували життєвий досвід допитливих людей, уможлилювали їх входження у світ іншої культури. Піфагор створив «філософію чисел» під враженням учення 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 Ніютін.

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 усю 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, подійний (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). «Якби ми не мали розваги, ми б відчували таку стомлюючу нудоту», — писав Б. Паскаль. Аналогічно самоцінною може бути гра як така, адже гра — вид відпочинку, який, у свою чергу, є проявом буття людини. Пригодницький, екстремальний, карнавальний, фестивальний туризм здатний задовольнити ці ігрові потреби.

Розширення туристської діяльності і насиченість технологічними винаходами не позбавляють туризм його антропологічного змісту. Філософія туризму — це насамперед філософське осмислення людини, яка переживає туристські 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 феномену загальнолюдської культури. В цьому аспекті головним об'єктом туризмознавства є особистість, що подорожує, світ її інтересів, бажань, прагнень, ціннісних орієнтирів і насамперед свободи. «Моя потреба у свободі така велика, — писав М. Монтень, — що якщо б мені заборонили доступ до якогось куточка в індійських землях, я відчув би себе деякою мірою приниженим».

Отже, особистість, яка подорожує, є епіцентром філософських рефлексій туризму. Вона здатна не просто споглядати світ або використовувати його, в т. ч. у варварський спосіб із завданням шкоди довкіллю, а милуватися ним, освоювати та засвоювати багатства природи і культури, перетворюючи набуті знання і враження на надбання власної духовності.

Основні розділи філософії туризму

Для формулювання філософського погляду на туризм необхідно визначити його сутність у понятійний спосіб, представити його категоріально, концептуально. Це складне завдання, адже туризм — мульти-структурне багатофакторне 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. Рефлексує в узагальнений спосіб туризм як проєкцію буття людини, втілення її суспільної, духовної та культурної сутності, його філософія покликана виконувати методологічну функцію щодо інших наук про туризм. При цьому вона, у свою чергу, збагачується їх конкретними науковими доробками. Поступово філософія туризму набуває певної дисциплінарної автономії у межах соціальної філософії.

Історія філософії туризму почалася в період, коли туризм оформився як специфічна галузь виробництва, система організації подорожей, інститут гостинності. Це уможливило появу перших наукових узагальнень цього феномену. Інтерес в історико-філософському аспекті викликає література, в якій містяться наративи давніх мандрівників.

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, вигідним 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». На думку автора цього визначення професора В. Павловського, онтологічний вимір туризму застосовують для характеристики як природного середовища — «буття туристичної життєдіяльності» (земна поверхня, ближній космос), так і суспільного — «живої соціальної матерії». Соціальна онтологія туризму виявляє загальну логіку (логос) становлення, відтворення і оновлення різноманітних форм туристської практики, її проблемність, «вплетеність» у суспільне життя, місце туристського процесу в соціальній динаміці загалом [108]. Отже, соціальна онтологія є методологічним фундаментом формування «туристської» теоретичної свідомості, уможливує вироблення світоглядних орієнтацій цієї свідомості та відповідне спрямування діяльності суб'єктів туристської 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», даються в досвіді, чуттєво сприймаються, на відміну від номенів (сутностей, що пізнаються розумом). Вона пов'язана з онтологією. Німецький філософ Е. Гуссерль указував, що феноменологічний метод — це «спосіб підходу» до розуміння онтологічної проблематики. Центральною категорією феноменології є «життєвий світ» — світ безпосереднього життєвого досвіду. Феноменологи наголошують, що він є фундаментом будь-якого людського знання. На відміну від світу науки, який утворюється штучно, життєвий світ виникає природно, він «дорефлексивний», даний людині в модусі практики, сукупності практичних цілей. Особливості феноменологічної концепції «життєвий світ»

у філософії туризму конкретизуються міркуваннями здорового глузду звичайного туриста, який суб'єктивно оцінює туристські події. 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 туристській (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). За переконанням німецького філософа В. Дільгея, герменевтика, яка опікується проблемою людського духу, є методологічною основою гуманітарних наук. 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 багатоваріантність культурного і туристичного простору, визначає особливості свого перебування в ньому. Порівнювальність, компаративізм, оцінювання та самоідентифікація — важливі світоглядно-філософські процедури, ініційовані туристськими подіями. Внаслідок цього у людини формується складний етико-психологічний комплекс культурно-зумовлених відчуттів — задоволення і незадоволення, задрощів і гордошів, радощів та розчарувань тощо.

Туристична екзистенція. Засобами туризму людина демонструє притаманну їй можливість «іншого», відмінного від звичного (рутинного) способу свого існування. Тим самим туризм набуває екзистенціального виміру. Екзистенціалізм порушує важливі проблеми — сенс життя, умови реалізації людської сутності. 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 віхи подорожування. Такі екзистенціали, як «дорога», «дім», «вибір», «спілкування» та ін., взаємопов'язані і утворюють екзистенційну мережу туристського простору. Екзистенційний сенс подорожування полягає в тому, що шляхи, зустрічі тощо допомагають особистості «знайти себе». Туристична екзистенція — це такий спосіб буття, в якому постає і збагачується індивідуальність людського буття.

Антропологія туризму. Туризм насичений філософським, гуманістичним змістом, розвиває і збагачує особистість. «Якщо людина в подорожі залишається незмінною, то це погана подорож», — вважає філософ Е. Блох. Цілющий вплив подорожей безпосередньо або опосередковано відчувають як професійні діячі туристичної справи, так і пересічні учасники туристських 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 туристської дії — функціонера, менеджера чи відвідувача, мандрівника, звичайного туриста, їх 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, як правило, переважають порівняно з незручностями.

Аксіологія туризму. Аксіологічний аспект туристської діяльності є вагомою детермінантою 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. Безсумнівно, що одним із чинників формування гуманістичного суспільства є запровадження в суспільне життя етики спілкування й співжиття. Грунтуючись на принципах визнання рівноправності різних переконань і життєвих позицій, поєднання цінностей індивідуальної свободи та спільної відповідальності, ця етика формує підвалини загальнолюдської культури. Як найдемократичніша форма людських відносин туризм здатний сприяти цьому процесу. Гуманістично-терапевтичний сенс комунікативної культури визначається її ціннісними нормативами, серед яких пріоритетними є визнання гідності людини (принцип самодостатності особистості); доброзичливе ставлення до «альтернативних» або несхожих думок, переконань, способів життя (принцип толерантності), співчуття та порозуміння (принцип доброзичливості).

Туристські комунікації дають змогу досягти невимушеного, добровільного спілкування, ґрунтованого на довірі, щирості, добродійності. Туризм допомагає долати конфлікти, його комунікативні діалоги та полілогічні можливості сприяють досягненню «інтерсуб'єктивного узгодження смислу» (К.-0. Аппель), а також інтеграції «роз'єданого світу»: «...Завдяки прямим, спонтанним і “недокучливим” контактам, що їх здійснюють чоловіки і жінки, які представляють різні культури і способи життя, туризм сприяє забезпеченню у світовій та регіональній спільноті атмосфери добросусідства і гостинності» [139]. Учасники невимушених зустрічей формують загальнопланетарну мережу міжіндивідуальної комунікації. Саме тому туризм визначають як ефективний канал «народної дипломатії». Людські крос-культурні взаємини реалізуються поза владними структурами, вони безпосередні, щирі, прозорі. Великим гуманістичним потенціалом володіють соціальний, родинний, молодіжний, релігійний, «ностальгійний» туризм, подорожі для людей «третього» віку, інвалідів. Антропологічна та аксіологічна функції філософії туризму наголошують, що головною діючою особою туристської 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 туристська діяльність, люди почали замислюватися ще до появи феномену туризму. У поведінці туриста і фахівця туристичної справи (тур-оператор, турагент, керівник турфірми 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. Професіонали туристичної справи, представники відповідального туризму вважають, що його слід планувати і практикувати як «привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення».

Як і кожна соціально-моральна проблема, свобода у туризмі є вну-трішньосуперечливою. Вільна особистість має невимушено володіти і розпоряджатися кількома видами свободи: матеріально-економічною, політично-правовою, морально-інтелектуальною та свободою вільного часу. Вони фокусуються у свободі вибору, яка концентрується в обранні виду туризму, подорожі, її програми, змісту тощо. Тільки за цих умов людина здатна реалізувати свій вибір у тому значенні й обсязі, якого бажає. Проте в реальному житті такою свободою користується «елітний» турист, до послуг якого найекзотичніші маршрути, найвишуканіший сервіс і культурні програми.

Соціологія туризму. В умовах широкої демократизації суспільних відносин загострюється проблема так званого соціального туризму, молодіжного та дитячого. Сутність соціального туризму нерідко визначають відповідно до суспільного статусу основного контингенту його учасників — це можливість забезпечити рекреацію (відновлення) людини за рахунок 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 орієнтації 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 туристських потоків, що, у свою чергу, 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. Згідно з прогнозами обсяги міжнародного туризму в найближчі 20 років збільшаться утричі. Відповідно зросте екологічне навантаження.

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.

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 туристських подій. Практичне функцію туризму фахівці вважають домінантною.

Праксеологія як теорія організування практичної діяльності та управління покликана в узагальнений спосіб осмислити проблеми, породжені потребами практики: раціональне орієнтування 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 туристського 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. Практичне функцію туризму практично осмислюють 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», отримувачем користолобства. У середовищі бізнесменів поширена думка, що бізнес діє у межах раціональної доцільності, він нейтральний щодо моралі. Лауреат Нобелівської премії з економіки М. Фрідман вважає, що призначення професіональної діяльності бізнесмена, його «соціальний обов'язок» — примножувати прибутки, «робити якомога більше грошей, пристосовуючись при цьому до базових норм суспільства, втілених у закон». Етика, за М. Фрідманом, має для бізнесу «маргінальне значення», а моральні оцінки допустимі лише стосовно особистості підприємця, а не його діяльності.

«Принцип корисності протистоїть високій моралі, — зазначає російський етик Р. Апресян, — але саме принцип корисності, втілюючись у суспільні відносини, створює для неї умови; корисність стає фактором гармонійного розвитку суспільства...».

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, який «безперечно привабливий тим, що не соромиться підвищеного й палкого моралізування і недвозначно спрямований на благо та покращення».

Суперечності туристської діяльності

Як і будь-якому соціальному явищу, туризму притаманні внутрішні суперечності, частина з яких має антиномічний характер: між тенденцією демократизації суспільного життя та 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-атракторів у їх прийомі тощо. Не можна не зважати на те, що універсалізація туризму, його глобалізація відчутно девальвують самобутні національні культури. Насаджуючи стандарти масового туристського ринку, безвідповідальні організатори спричиняють втрату

унікальних культурних зразків, сприяють створенню штучних культурних артефактів, які набувають відверто комерційного або маскарадного, карнавального характеру.

Проблемою є і те, що прибутки від туризму стають чи не єдиним джерелом існування жителів привабливих для туристів місць. Це породжує їх залежність від кліматичних умов, нестійкої кон'юнктури на ринку послуг, загострення політичних подій тощо. Створення інноваційного туристського продукту, значні зміни у соціальній поведінці людей, поява незвичних («екзотичних») форм мандрівок, прагнення задовольнити будь-які інтереси і запити насамперед багатих туристів можуть призводити до аморальних, антисоціальних явищ. «Експлуатація людини в усіх її формах, особливо сексуальній, і у першу чергу дітей, суперечить основним цілям туризму і в цьому зв'язку, відповідно до міжнародного права, повинна енергійно переслідуватися...».

Визнаючи природний туризм та екотуризм як найцінніші форми, що особливо збагачують людину, слід водночас домагатися захисту природного спадку, сформованого екосистемами і біологічною різноманітністю. Учасники туристського процесу, особливо професіонали сфери туризму, мають погоджуватися з певними обмеженнями на діяльність у особливо вразливих місцях і заповідниках.

Указані суперечності, негативні тенденції, наявні чи приховані (латентні) загрози, притаманні туризму, також є предметом філософського осмислення. Планування і впровадження широкомасштабних туристських заходів у повсякденну туристську практику мають здійснювати не лише фахівці та експерти галузі, які зосереджують основну увагу на грошових, матеріальних, статистичних аспектах туризму. Навпаки, в туризмі слід відображати ознаки мистецтва, філософії, етики і естетики, об'єднані у загальну концепцію, а філософія туризму має бути такою цікавою і змістовною, як і філософія книги, наголошує український філософ М. Попович. Розвиток туризму не самоціль, а важливий елемент загальної стратегії соціально-економічного і духовного поступу країни. Концепція сталого розвитку стосується не лише економічного зростання, соціального прогресу та охорони навколишнього середовища. Вона має також етичний та культурний виміри.

Отже, навіть побіжний погляд на феномен туризму дає підстави вважати, що його філософське осмислення передбачає з'ясування онтологічних, феноменологічних, екзистенціальних, аксіологічних, антропологічних функцій цієї сфери, а також виявлення її праксеологічних можливостей. Філософсько-світоглядний підхід до туризму переконує, що цей вид суспільної, групової та індивідуальної діяльності істотно сприяє об'єднанню людей, комунікації та соціалізації особистостей на основі їх ознайомлення з цінностями вітчизняної та світової культур, опанування і поширення загальнолюдських етичних цінностей у душі їх розуміння. У цьому сенсі будь-який (крім сурогатного) туризм є «культурним», навіть діловий, конгресний, бізнесовий або лікувально-оздоровчий. Підставою для диференціювання видів туризму має бути не відокремлений критерій «культури» («культурний туризм» та «некультурний»), а його змістово-функціональна мета.

4. ЕКОЛОГІЯ 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 вітальних та духовних інтересів людини.

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

Екологічна проблематика і розвиток туризму

За першого наближення екологічні питання видаються простими та однозначними. Свої думки стосовно 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 стосовно 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, науковості та «софійності». Розглядають їх не лише філософи (М. Хайдеггер, Л. Мемфорд, С. Кримський, М. Мамардашвілі, Е. Фромм, І. Фролов та ін.), а й природознавці, праці котрих сприяли формуванню сучасного європейського менталітету (А. Ейнштейн, М. Борн, Н. Вінер, В. Гейзенберг, П. Капіца, М. Семенов та ін.).

Особистість сприймає природне середовище фрагментарно, не схильна бачити його як ціле, поводить себе 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. Про це переконливо свідчать матеріали двох Міжнародних конференцій ООН з питань проблем довкілля та розвитку, що відбулись в Ріо-де-Жанейро (1992) та Йоганнесбурзі (2002).

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 загально-освітнянського процесу та суттєвого збільшення його дидактичного навантаження.

Сучасна система екологічної освіти продовжує спиратися на пізнавальні засоби класичного раціоналізму, з його ідеалом незалежної від долі людини об'єктивістської абсолютної істини. Вважають, якщо об'єкт екологічної освіти орієнтується в біогеохімічних циклах, потоках енергії на планеті, трофічних ланцюгах та пірамідах, типах екосистем та принципах раціонального природокористування, то мети досягнуто. Проте це зовсім не так. Стратегічні завдання екологічної освіти виходять за межі засвоєння теорії та практики загальної екології як однієї з фундаментальних основ природокористування. Знання багатоманітної екологічної емпірії треба усвідомити, органічно пов'язавши їх в єдину концептуальну систему. Ця процедура є надзвичайно важливою і водночас складною. Ще А. Ейнштейн наголошував, що люди багато знають і мало розуміють, Розуміння нероздільно пов'язане із внутрішніми переконаннями, вірою, інтуїцією і є важливою передумовою мудрого, вираженого ставлення до світу. Осмисленню й пізнанню ситуації властивий глибинний соціально-культурний та моральнісний контекст.

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: «Лише через екологію ідеї природознавства, насамперед теорії самоорганізації (універсального еволюціонізму), починають проникати в науки про суспільство, висвітлюючи найскладніші питання його відносин із природою» [96]. 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 стосовно того, оберігати пам'ятники природи чи пам'ятки культури. Навіть громадські організації, які опікуються цими проблемами, дотримуються принципово різних поглядів. Академік Д. Лихачов запровадив у науковий обіг термін «екологія культури» і фактично започаткував цей напрям, проте певні фрагменти його концепції дають підстави для висновку, що в ній поняття «культура» і «природа» розмежовані. Збереження культурного середовища, вважав він, не менш важливе, ніж збереження природного, біологічне розмаїття форм живого і природна багатолікості регіонів гарантують підтримання життя, у т. ч. соціального, а гарантом збереження природно-біологічного різноманіття є етнокультурне різноманіття регіонів. Однак, на думку Д. Лихачова, втрати в природному оточенні поновити можливо, а в культурі — ні.

Натураліст Б. Гржимек, навпаки, наполягав, що жива природа — не менша культурна цінність для людства, ніж старовинні церкви, грецькі скульптури та єгипетські піраміди. Тварини вимирають назавжди, і «ніяким археологам вже не вдасться кілька століть викопати їх знову з-під землі».

Нині очевидно, що неперехідною цінністю є не лише Тадж-Махал, Єльсіор та Альгамбра, а й Святі Гори на Сіверському Дінці, Карадаг у Криму та Зарванія на Тернопільщині. Історичні пам'ятки та унікальні ландшафти слід зберігати у комплексі. Відомчий підхід тут є некоректним і навіть небезпечним.

Розширення предметного поля сучасної екології до таких її гуманітаризованих напрямів, як «екологія культури», «екологія духу», «інтелектуальна екологія» тощо, на цьому не закінчується. Нині 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, що виникають у процесі подорожі та перебування людей за межами їх 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 і збереженням. Як наслідок, вказує В. Кутирев, пам'ятки природи краще було б назвати «пам'ятниками природи». На планеті зберігаються лише окремі вкраплення природи (заповідники, парки, резервації тощо) у суцільному масиві штучного середовища.

До занять туризмом нині спонукають надзвичайно багато причин, серед яких забганки 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, зволожувальних пакетів, портативних очищувачів води. У США, за Дж. Нейсбітом, розвивається «втеча в мандри з пригодами» — індустрія з річним обігом у 2,2 млрд дол.

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. Лікувальний туризм набуває таких форм, як поїздки з метою пластичних операцій, зміни статі, трансплантації тощо. Наприклад, за даними Інтерполу, бразильці ідуть у Йоганнесбург, де за посередництвом приватних клінік продають органи багатим пацієнтам.

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. Французький філософ Ж. Бодриар трактує сучасний туризм як форму гіпертрофованого споживання. На протигагу варварській експлуатації природи, якою супроводжується такий туризм, розроблено ідею екологічного туризму.

За визначенням Всесвітньої туристської 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 проекту, 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 кругозір, забезпечує адекватний 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 повинна 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 затягну «війну» з господарниками, переконують їх у тому, що слід 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. «Не може не відчути себе відповідальним за всю планету той, хто побачив хоч які-небудь віддалені та несхожі на його життєве оточення, по-своєму прекрасні її закутки».

У таких ситуаціях можливий своєрідний культурний шок як результат занурення в незнайому культуру непідготовленої людини. Культурний шок виникає тоді, коли знайомі психологічні чинники, що допомагають особистості функціонувати у суспільстві, зникають, і на їх місці з'являються невідомі й незрозумілі, наприклад, запізнення є нормою, сміх може означати, що співрозмовник гнівається, тощо. Такий культурний шок є спонукальним чинником дня 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 туристському загалу. Порядність та вихованість при 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. За свідченням колишнього генерального секретаря Всесвітньої туристської організації Ф. Франжіаллі, за останні 50 років туристичний бізнес та індустрія відпочинку стали потужним чинником економічного розвитку країн Європи та Північної Америки. Азійські, близькосхідні, латиноамериканські та деякі африканські країни теж зазнають позитивного впливу туризму. «Там, де наступає туризм, бідність відступає» [172]. Туризм індустріалізується, і постає проблема об'єднання зусиль для спрямування його в екологічно чисте річище. Як зазначено в принципах Гаазької декларації з туризму (1989), незлісовані природне, культурне та людське середовища є головною умовою розвитку туризму. 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 при цьому 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 орієнтована на природне та культурне середовище й формує необхідні ознаки їх активного захисника. Сучасний екологічний туризм — це не обов'язково подорож із рюкзаком для фізично тренуваних людей. Він може бути і достатньо комфортним, але нешкідливим для середовища. Ефективно у цьому плані використовувати екологічний транспорт — велосипеди, безмоторні човни, парашлани тощо. Важливою є проблема організування місць відпочинку (приготування їжі, обладнання вогнищ, туалети, утилізація сміття та ін.). 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 придбавати вироби, загрозливі для навколишнього середовища; завжди ходити тільки протоптаними стежками; підтримувати заходи зі збереження навколишнього середовища, та організації, що сприяють захисту природи; подорожувати із фірмами, 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. Шленглер, «ландшафт формує душу людини».

Екологічний туризм активно розвивається, забезпечуючи більшу частку доходів сучасної туристської індустрії. За оцінками Всесвітньої туристської організації, прибутки від туризму нині становлять більше ніж 1,5 трлн дол. на рік. В Україні ця форма туризму ще не набула належного поширення, хоча держава має великі потенційні можливості для розвитку екологічного туризму. В Україні налічується 529 об'єктів садово-паркового мистецтва та 35 дендрологічних парків (2002). За ступенем забезпеченості рекреаційними та курортно-лікувальними ресурсами Україна посідає одне з провідних місць в Європі. Тут функціонує 61 історично-культурний заповідник. Лише у Києві розташовано 2148 пам'яток історії та культури, у т. ч. 39 міжнародного значення, у державі є кілька тисяч пам'яток, пов'язаних із життям відомих іноземців. В Україні туристичний бізнес стимулює розвиток будівництва, торгівлі, зв'язку, сільського господарства тощо.

Постійно вдосконалюються форми підготовки спеціалістів з організації туристської діяльності та інфраструктури туризму, конститується цілісна, фундаментальна система наук про туризм, значне місце в формуванні якої посідають екологія та філософія, - туризмологія. З'являються нові структури і спеціальності в цій галузі: туристський менеджмент, туристський сервіс, рекреація, екскурствознавство тощо.

5. КУЛЬТУРОЛОГІЯ ТУРИЗМУ

У широкий спектр суто наукових студій, соціально доцільних проектів органічно інтегруються культурологічні дослідження. Культурологічна складова знання допомагає не тільки глибше осягнути суспільні явища, впорядкувати історичний досвід, а й окреслити магістральні шляхи розвитку людства. Саме з таких позицій варто розглядати й порівнювати туризмологічні й культурологічні дослідження на стику основних понятійних, методологічних і прикладних елементів.

Сутність туристської культурології

Феномен туризму не є остаточно сформованим. Незважаючи на бурхливий розвиток наприкінці ХХ — на початку ХХІ ст., туризм не став предметом уваги філософів, соціологів та культурологів унаслідок новизни цього явища, що тільки опановує свої форми. Вони перебувають у процесуальному розвитку, не набули завершеного соціального змісту і значення. Словосполучення «культурологія туризму» належить до понять, що 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 слід вважати об'єктом та предметом культурологічних студій, адже таке виокремлення визначатиме перспективу становлення і розвитку культурології туризму. Культурологічні науки, як зазначають дослідники, ще перебувають у стадії демаркації щодо свого предмета і об'єкта (насамперед філософія культури, низка історичних, соціологічних, філологічних та інших соціальних і гуманітарних наук). Тому доцільно обрати об'єктом культурології культуру як таку, а предметом — способи її осмислення від найдавніших часів дотепер в аспектах смислу (або семантики), значущості (або цінності) і семіотики (або способів вираження цих смислу і значущості). В аспекті культурної семантики культурологія вивчає засоби трансляції культурно важливої інформації, що реалізується у процесах означування (закріплення цієї інформації-смислу за певним об'єктом, який діє як знак — ткомунікативний аналог, заміник інформації) та розуміння (осмислення, реконструкції інформації, яка транслюється за допомогою знака). З огляду на це визначення правомірно розглядати як культурологічну складову туризму вивчення механізмів, засобів та способів розуміння того, яким чином в індивідуальній свідомості суб'єкта туристичної діяльності відбуваються трансформація та закріплення культурно значущої інформації. Саме вона становить універсальний і водночас багатовимірний фундамент-субстрат людської пізнавально-творчої діяльності.

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 туристської практично-організаційної діяльності людини від ціннісно-смислової, культурно-світоглядної. Організація туристської 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 смислах. 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 досліджується не з погляду ринково-туристичної привабливості об'єктів, що є предметом туристики у вузькому смислі слова. Це і не антропологія туризму, що розглядає його як антропоморфізовану форму задоволення потреби соціальної істоти у засвоєнні нового простору. Такий мотив хоча і вкладається у концепцію «людино-вимірного підходу» до туризму, однак не зважає на власне культурну історію пошуку та його смисли. 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 туристського потоків, що наповнюють вияви життєдіяльності. Охопити всі доступні домінанти неможливо, оскільки вони розпорознені у просторі та часі, їх перелік досить умовний унаслідок відсутності системного вивчення культурології туризму.

Для повноцінного сприйняття культурологічних туристичних реалій необхідно всебічно проаналізувати розвиток людських уявлень про себе та середовище протягом усього історичного циклу. Перші уявлення про туризм у його сучасному сенсі виникли у ХХ ст., оскільки те, що нині позначають цим поняттям, раніше не вкладалося в прийняті межі, а було розпорозненим між іншими домінантами подорожей — прочанством, відкриттям земель, пілігримством тощо. Культурологія як наука також сформувалася лише в ХХ ст. До цього її складові осмислювалися в площині інших наукових напрямів.

Отже, можна проаналізувати історичні реалії давнини в руслі сучасного осмислення культурології туризму. При цьому не варто зосереджуватися лише на XIX ст. як столітті-предтечі становлення «справжнього туризму». Значний матеріал закорінен у глибині віків. Суттєвою проблемою тут є пошук інструментарію для виокремлення його як змістовної частки культурології туризму. Навіть з археологічних і антропологічних досліджень можна потрапити лише в царину вимислу та домислу. У науковому дослідженні своєрідний домисел дає змогу частково реконструювати давні світоглядні чинники, що мали вплив на культурологію туризму.

Найперспективнішим є просторовий пошук культурологічних засад туризму в давніх культурах. Наприклад, типовою ознакою туризму стала гостинність — прояв загальнолюдської ментальності. Однак основними напрямками застосування культурологічного підходу у вивченні феномену туризму є міфологічно-релігійні, історико-антропологічні, мистецькі, літературні та інші пласти людської культури.

Українській культурі притаманне природне тяжіння до християнства. Ця тенденція відстежується в активній фазі її розвитку та має свої виразні ознаки в межах слов'янської та загальноєвропейської спільнот. Єдиної концепції релігійних впливів на туризм не існує, але частково це питання досліджує культурологія туризму. Більшість релігійних мотивів унаслідок тривалих варіацій засвоєно культурою туризму вже у видозміненому вигляді, де релігійна складова має виразно трансцендентний характер. Це не занижує ролі християнства, а свідчить, як потужний імпульс віри пробуджує та формує реальність у багатьох сферах життєдіяльності, зокрема в релігійному туризмі.

Основною релігійною складовою частиною культурології туризму є біблійні концепти, що реалізувалися протягом століть у численних психологічних та суспільних виявах, не менш важливою — історична ретроспекція та сучасність релігійного туризму, що й нині посідає чільне місце в загальному туристичному потоці. Саме біблійний складник є структурувальним не тільки для релігійного вияву культурології туризму, а й з різною інтенсивністю поширюється фактично в усьому культурологічному полі туризму.

Можливо, що першими біблійними «туристами» були Адам та Єва, за гріхопадіння вигнані з раю (Едему) до «ворожого світу». Саме в цьому вигнанні закладений один з важливих концептів туристичних реалій — пошук раю, бажання його повернути, нехай навіть на короткий час. Натепер — це курорти, де людина поринає у повну безтурботність на фоні краси екзотичної природи. Рай асоціюється з відсутністю важкої фізичної праці, оскільки, як написано в Біблії, Бог сказав: «В погі обличчя будеш їсти хліб, доки не повернешся в землю» (Буття 3:19). Туристична галузь, як правило, задовольняє бажання вивільнитися від обов'язку працювати.

Започаткував туристичну тенденцію Каїн, який після вбивства Авеля став вигнанцем, що ніде не міг знайти спокою (Буття 4:14). В цьому залято закладена одна з проблем перебування людини на землі — нескінчений пошук спокою, бажання отримати нові враження у поєднанні з порушеною системою позиціонування себе в кавхалищньому середовищі.

У сучасній туристичній галузі гостро виявляється «синдром Каїна*», що зумовлено стресовим напруженням у суспільстві, постійною необхідністю робити правильний моральний вибір. Як правило, негативний досвід активізує бажання (у певному розумінні — неусвідомлену погребу) рухатися в невідомому напрямку в пошуках примарної мети. Сучасні «Каїни» шукають розраду в постійному подорожуванні, але спокою вони не отримують, лише незначне психологічне полегшення. «Синдром Каїна» не свідчить про осуд Біблією подорожування — навпаки, пілігримство, прочанство охарактеризовані як позитивні явища. Негативний досвід «синдрому Каїна» можна відстежити в апокрифічних переказах, наприклад про циган, які зробили цвяхи для розп'яття Ісуса Христа, за що покарані вічним блуканням, та про «вічного єврея», котрий відмовив Ісусу Христу у відпочинку, а тому ніколи не матиме притулку і не помре.

За Біблією, причиною поширення поганих звичок і занепаду людської гідності стало локальне зосередження людей. Праведнику Ною та його родині життя рятують високі моральні якості та відданість Богу. У цій історії культурна традиція полягає в заохоченні до сприйняття нового. Радикальні катаклізми (потоп) здатні зруйнувати землю, але справжня подорож відбувається всередині — внутрішній світ людини проектується на реальність. Ной здійснює не до кінця осмислену, але наповнену великою мотивацією подорож.

Під час побудови ковчега та подорожі Ноем керувало усвідомлення власної місії. Цей елемент дуже важливий, оскільки в культурологічній традиції відповідає двом основним душевним прагненням людини — бути потрібною та щасливою. Ідентифікація себе як особистості, потрібної людству, є однією зі складових наповнення як біблійних подорожей, так і сучасних туристичних концепцій. Багато туристичних експедицій були пронизані духом самопожертви заради певної мети та усвідомлення потрібності цього дійства, Існують численні ідеологічні спекуляції з цього приводу, але виокремлення такі тенденції перспективне для туристичної галузі. Завданням культурології туризму є допомога у формуванні базису мотивації, оскільки це неможливо без глибоких знань та щирих переконань.

Ковчег донині є своєрідним туристичним артефактом, повідомлення, що його рештки бачили на гірських хребтах, періодично з'являються в інформаційних агентствах.

Згодом у Біблії йдеться про Вавилонську вежу. Значення наповнення «вавилонської вежі» полягає не лише в образному відтворенні богоборства, а й у формуванні людством численних унікальних об'єктів, як правило, культового призначення. Нині вони приваблюють мільйони людей, які намагаються оновити свої світовідчуття, долучитися до глобальних історичних цінностей.

До культурологічного зрізу «туристичних» сюжетів у Біблії належить оповідь про Авраама як типізація пілігримства. У подорожі Авра-амом рухає складний механізм віри. Шлях до «землі обітованої» повністю змінює усталене життя, спонукає до руху душу і тіло. Високий статус культури пілігримства підтверджує явлення Бога Авраамові — в образі трьох подорожніх (Буття 18). Ставлення до подорожніх трансформувалося у відповідне розуміння місії патріарха. Саме позитивний досвід у подорожах та гостинність є показовими не тільки в побутовому значенні, а й містить глибокий сенс загального земного пілігримства, що полягає у зреченні від матеріальних благ.

Це тільки частина проблематики біблійної культурології туризму. Нові дослідження у цій галузі допоможуть глибше осягнути багату палітру не лише релігійного туризму, а й усього комплексу питань співвідношення фактично філософських категорій простору і часу, методи їх сприйняття та відтворення.

Засоби та механізми закріплення культурно значущої інформації в культурології туризму та в практиці туристичної діяльності

Релігія містить багато матеріалу для роздумів з туристичної тематики. Туристично-культурологічна метода широко представлена і в літературі, оскільки художнє слово здатне точно відтворити глибоку психологію подорожніх явищ. Література слугує своєрідним засобом закріплення культурно значущої інформації в культурології туризму.

У літературі подорожі описано як трансформації простору та часу шляхом художнього слова, оскільки уява автора не має меж. Однак вона підпорядкована відповідним законам і задовольняє відповідні душевні потреби людей. Наприклад, фантастична література дає змогу пережити таке майбутнє, якого в неї не може бути. Спроба особистості зазирнути в світ зоряних подорожей живиться нестачею в реальному житті вдоволення від досягнення земного часу та простору. Культурологія туризму не класифікує футуристичних настроїв митців, але чітко окреслює значеннєві фактори цих явищ. У СРСР була популярна фантастична література, що частково зумовлено неможливістю подорожувати іншими країнами. Щоправда, не цей чинник був головним, така література поставала своєрідним дисидентством, протестом проти сірості. Фантастична література дала змогу людині відмовитися від просторових обмежень. Проте у реальному житті це було неможливо.

У багатьох книгах відображено подорож у минуле, зокрема в історико-біографічній літературі. В Україні більшість таких творів присвячено письменникам як представникам культури. Культурологія туризму допомагає письменнику та читачу наблизитися до історичних реалій, сприяє їх збереженню у вигляді певного напіввтаємничого знання, пізнати яке можна, поєднавши творчий та дослідницький коди.

Для практичної реалізації основних культурологічних засад сучасна туристична галузь має багато можливостей. Доробком культурології є як суто академічні напрацювання, так і аматорські спроби трансформувати культурний доробок в якісну складову туристичного продукту. Практика культурології туризму є своєрідним випробувальним майданчиком — деякі положення «виживають», деякі — ні.

Щоб зрозуміти впливи культури на туристичну реальність, необхідно відштовхуватися від загальноновизнаних класифікацій, що характеризують туристичний ринок. Поширеною є концепція поділу туризму за напрямками на внутрішній, виїзний та в'їзний. В Україні найбільшу частку становить внутрішній туризм. Відповідно розробляють стратегію і тактику діяльності більшість туристичних фірм.

У кожному сегменті структури туристичного ринку діє унікальний культурологічний комплекс. Інколи культурологічна складова «губиться» в загальному інформаційному потоці, але її чітко виокремлення та послідовне свідоме впровадження здатні принести не тільки фінансові прибутки, а й забезпечити високі темпи культурного розвитку країни.

Механізми культурології туризму значно різняться за інтенсивністю актуалізації історичного минулого, основою та критеріями добору відповідної інформації. Наприклад, культурології внутрішнього туризму властивий широкий спектр елементів дослідження. Це зумовлено історично та психологічно вивіреними традиціями спорідненості людини з територією проживання. Територіальна та часова складові настільки домінують у цьому сегменті, що інколи створюють колізію при визначенні самого сегмента споживання туристичних послуг, їхнього виокремлення із загального плину життя особистості.

Внутрішній туризм у культурологічному аспекті пострадянського простору ще не позбувся вторинності, комплексу меншовартості як наслідку відповідної політики в СРСР. Україна має зосередитися на розвитку національної свідомості, скориставшись внутрішніми резервами — тисячолітньою культурою, величезним духовним потенціалом. На обслуговуванні у внутрішньому туризмі ще позначається вплив радянських уявлень про сервіс, що сформувався за відсутності конкуренції. Це, а також орієнтованість на закордонний відпочинок заможної частини населення є перепорою для повноцінного розвитку внутрішнього туризму.

Культурологія туризму не в змозі вирішити фінансових проблем галузі, але здатна згладити ідеологічні спотворення та запропонувати нові магістральні шляхи розбудови галузі в культурологічному напрямі. Її завданням є не тільки усунення всього ідеологічного спадку, скільки інтегративне засвоєння і перетворення відповідно до сучасних реалій позитивних напрацювань української історії туризму.

Високий організаційний рівень туристичних об'єднань молоді в СРСР у сучасній Україні не має гідного аналога. Можливо, відсутня ідейна база для таких об'єднань, втрачено розуміння єдиного колективу та суспільної свідомості, відбулися зміни у свідомості поколінь. Культурологія туризму пропонує на заміну ідеологічно заангажованій радянській системі надбання, здатні мобілізувати значну кількість населення.

Однією з передумов зацікавлення власною культурою є інтерес до минулого рідного краю — від історії будинку, вулиці, селища, міста, регіону до історії всієї країни. Її розглядають не як низку фактів, а у взаємодії із культурологічною складовою, світовими процесами, літературою, музикою, яскравими особистостями.

Дослідження культурології туризму у внутрішньому секторі також дають змогу знайти нові сфери виробництва прибуткового продукту. Економічні основи внутрішнього туризму нерозривно поєднані з культурологією, оскільки пропозиція високоякісних послуг можлива лише за умов вдумливого подання духовної природи явищ, історичних реалій та багатовікового доробку народу. Підхід, що ґрунтується лише на маркетингових чинниках, ігнорує культурне середовище, яке нівелює саму сутність туризму.

Нині на основі фінансово спроможних верств населення формується категорія споживачів, зацікавлених у інтелектуально та естетично збагачених туристичних продуктах. Саме культурологія допомагає виокремити та відповідно трансформувати ексклюзивний матеріал, придатний для формування позитивного досвіду в концептуальній природі внутрішнього туризму. Перспективним є зелений туризм не тільки в етнографічному та краєзнавчому аспектах, а й в обслуговуванні культурологічних потреб і проблем сучасного суспільства. Комерціалізація життя, конкурентна боротьба призводять до стресів, а долучення до природи як основи зеленого туризму допомагає людям повернутися до витоків цивілізації, переосмислити своє місце у світі, відпочити від пресингу суспільства.

Культурологічною передумовою цілісного сприйняття світу завжди було пізнання інших культур, розуміння їхньої природи. З огляду на це дуже важлива презентація держави, її правильне позиціонування в усіх сферах життя міжнародної спільноти. На це спрямовані колосальні ресурси, що повертаються опосередкованими прибутками в економічних та політичних сферах, а також через туризм.

Культурологія в'їзного туризму не надто досліджена. Як правило, у таких випадках формують бренд, яскравий образ із впізнаваними ознаками, розрахований на усередненого споживача. Часто такий бренд ситуативний, представляє не цілісний образ країни, а лише її найбільш «розкручені» особливості. Завданням культурології туризму у сфері в'їзного сектору і формування цілісного образу країни, але на рівні не стереотипи, а чітко окреслених фактів. Неможливо примусити полюбити країну, але якщо не вдається викликати до неї поваги, то це — цілковите фіаско туристичного наповнення.

Особливості культурології туризму в'їзного туризму різняться залежно від досліджуваної країни. У пострадянських країнах його сприйняття іноді ґрунтується на спотворених реаліях закордону, а у Франції, наприклад, люди не часто виїжджають на відпочинок за кордон унаслідок менталітету. Культурологія туризму України має великий потенціал саме у в'їзному секторі. В українців історично сформувалося доброзичливе сприйняття закордонних культур. Цьому посприяли важкі умови життя на батьківщині, численна діаспора.

Пізнавальний туризм вибудовує інтернаціональні взаємозв'язки не на штучних ідеологічних засадах, а на природних потребах людей у спілкуванні та пізнанні світових цінностей. Прочанський туризм пов'язаний не лише з ідеєю духовної спорідненості людей, а й прив'язкою віри до певної території. Науковий та діловий туризм також обслуговують певні галузі життєдіяльності.

Культурологія допомагає краще зрозуміти іноземні країни та певні філософські парадокси, властиві туризму. Наприклад, такі відомі об'єкти, як піраміди чи Ейфелева вежа, викликають надзвичайно високі очікування, але, як правило, їх споглядання задовольняє їх лише частково. Засоби, методи та механізми культурології туризму багато в чому умовні, детерміновані більше своєю внутрішньою природою, ніж формальними показниками. Збалансоване розуміння багатопланового механізму культурології туризму має ґрунтуватися на гармонійному поєднанні наукового, духовного та практичного підходів.

Проаналізувавши основні засади культурології туризму, можна стверджувати, що вона має як великий потенціал, так і помітний доробок. Однак і наявні напрацювання у цій сфері потребують переосмислення та систематизації.

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, їх політичній та економічній взаємодії [87]. Осмислення і усвідомлення культурно-комунікативної та особистісно-трансформуючої функції туризму з метою розвитку культури, міжкульової комунікації, особистості можна назвати культурологією туризму або культурною самосвідомістю туристичної діяльності [169]. Це дає змогу зафіксувати й зрозуміти той факт, що великі групи людей, котрі мають намір взяти участь у туристичній подорожі, цілеспрямовано планують досягти культурно-комунікативного та культурно-особистісного ефектів, проектують себе як компетентних» культурно збагачених і творчих особистостей [171].

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

- пізнання об'єктивної реальності, набуття знань, життєвого та професійного досвіду, вмінь та ідей;
- вироблення оцінного 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, психічних, 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.

Культура маніфестує себе як усе те, чим відрізняється людина і суспільство від природи та інших живих істот. Вона є інструментом та способом адаптації особистості до природного середовища і водночас інструментом та способом її самотворення. Культура перетворює навколишнє буття на надприродне, штучне, спираючись на глибинні закономірності природи, гармонізуючись з ними, що стосується туризму як її складової. Ущільнення культурної комунікації завдяки розвитку туристичної діяльності в сучасному глобалізованому суспільстві сприятиме піднесенню рівня та якості самої культури.

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, що 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 передавання 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, що 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 сутність 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.

Переміщення великих груп людей в інше соціокультурне й комунікативне середовище означає, що, аналізуючи соціокультурну структуру та соціодинаміку більшості суспільних організмів, слід зважати на ефект туристичної крос-культурної міжрегіональної комунікації, яка прискорює взаємодію культур різних регіонів планети. Інтенсивна комунікація представників різних соціумів інтенсифікує взаємодію систем цінностей індивідів та соціальних груп, вдосконалює засоби взаєморозуміння, виробляє спільну основу їх життєвих орієнтирів, мотивацій та цінностей, сприяє координуванню дій у різних сферах суспільного життя (економічній, політичній, екологічній, культурній).

Туризм — наймасштабніше явище з усіх інших переміщень великих груп людей, що мали місце в попередній історії людства. Представники розвинутих 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 економіці країн третього світу вкладаються 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 глибокої 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.

Переміщення груп людей в інший географічний і соціокультурний простір в історії людства відбувалися неодноразово: великі переселення народів, військові походи, завоювання територій, колонізація тощо. Такі соціально-демографічні та соціально-територіальні процеси мали здебільшого експансіоністський характер, і в цьому сенсі значно відрізнялися від подорожування та туризму.

Гуманізуюча місія культурного туризму

Індустрія туризму посідає одне з перших місць у світовій економіці за вартістю наданих послуг поряд з автомобілебудуванням, енергетикою та електронікою, однак і у соціальній сфері вплив туризму дуже значущий, зокрема у соціально-вирівнювальному, гуманізуючому сенсі.

У сучасній глобалізованій економіці домінують технологічно розвинуті держави та транснаціональні корпорації. Позитивним наслідком цього є прискорення науково-технічного прогресу у світі загалом. Однак різниця між рівнями життя у найрозвинутіших і найвідсталіших країнах не знижується, а подекуди і збільшується. Якщо найманий працівник, підприємець, виробнича фірма, або фірма, котра надає послуги, при залученні в глобальні економічні відносини не витримують конкуренції світового рівня, то залишаються без замовлень і робочих місць. Механізми конкуренції на світовому ринку загострюють соціальне напруження та суперечності між інтересами бідних і багатих.

Туризм, виконуючи гуманізуючу місію, пом'якшує соціальну напруженість, створюючи робочі місця не лише у туристичній інфраструктурі, а й у галузях, які опосередковано залучені у туризм (харчова, легка промисловість, транспорт, будівництво тощо, загалом їх понад 50), 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.

На світовій арені поки що домінують інтереси технологічно розвинутих країн і найбагатших транснаціональних корпорацій, запити найбідніших країн враховуються у сучасному розподілі світових сировинних та інтелектуальних ресурсів недостатньо, що загострює політичну поляризацію та протистояння у світі, ускладнені релігійним чинником, а також конфліктом цінностей різних способів життя, який впливає, в свою чергу, з розбіжностей світоглядних настанов різних етносоціальних суб'єктів.

Міжнародний туризм, діяльність якого регулює Всесвітня туристська організація, через безпосередні контакти сотень мільйонів людей пом'якшує конфронтаційні настрої і формує глибинні гуманітарні передумови дієвого політичного консенсусу.

Якщо між певними країнами загострюється політичне та ідеологічне протистояння, тим паче, якщо між ними точиться військове протиборство, це призводить до зменшення і навіть припинення обміну туристами. Обмежують туристичну діяльність зниження рівня безпеки, терористичні акти.

Туризм відіграє важливу роль не лише у світовій економіці та політиці, він сприяє культурній взаємодії, взаєморозвитку, становленню деяких універсальних вимірів світової культури. Культуру тут слід розуміти не у вузькому просвітницькому сенсі як те, що охоплює науку, мистецтво, освіту, бібліотечну та музейну справу, а у найширшому соціально-філософському смислі як спосіб самотворення суспільної людини — культуру економічну, політичну, правову, моральну, естетичну, релігійну, філософську, наукову тощо.

Взаємодія та комунікація різних національних, регіональних, етнічних культур здійснюються лише через індивідуальність туриста і людини-носія місцевої етнокультури, спричиняючи певні зрушення у культурі більших соціальних груп, етносів, соціумів. Аналіз усього спектру цих процесів потребує як філософського, так і культурологічного аналізу.

Через національні та глобальні засоби масової інформації, зокрема Інтернет, індивіди можуть багато дізнатися про життя на планеті, найважливіші події у будь-якій країні, культуру та традиції різних народів. Також можна отримати інформацію

через інші джерела, відвідання міжнародних спортивних змагань, гастролі художніх колективів, виступи іноземних місіонерів, духовних учителів, виставки тощо. Навіть купуючи закордонні товари, можна сформувати певне враження про особливості життя в інших країнах. Однак це не завжди може вберегти від культурного шоку при безпосередньому контакті. Це може відчутно вплинути на сприйняття, життєві цінності та орієнтири людей, змінити їхні світоглядні принципи та переконання. Однак і такі вияви якісно збагачують життєвий досвід, відкриваючи для них не лише нове у навколишньому світі, а й досі невідомі глибини власного ества. Вказані явища та процеси потребують поглибленого екзистенційного, феноменологічного, антропологічного, праксеологічного, культурологічного та соціально-філософського дослідження.

Туристична діяльність як чинник збагачення культурних потреб людини

Лише незначна кількість туристів перед подорожжю визначає її культурно-пізнавальну, культурно-комунікативну мету, що безпосередньо спрямована на культурно-духовний розвиток особистості. Більшість прагне відпочинку і розваг. Однак і цей контингент у той чи той спосіб ознайомлюється з незвичним для нього географічним, соціальним і культурним середовищем, вступає у безпосередній контакт із місцевим населенням, з туристичними об'єктами. Паралельно із задоволенням потреб туриста у релаксації, нових враженнях, розвагах відбуваються соціокультурна взаємодія та комунікація представників різних соціумів, цивілізацій, культур або субкультур у межах різних регіонів однієї країни або різних країн. Однак мета туристичної подорожі залежить від того, яка з потреб, що спонукає туриста до поїздки, є домінуючою.

Туристична сфера задовольняє цілу гаму потреб — від найпростіших до найскладніших. Насамперед людина задовольняє базові потреби у повітрі, їжі, житлі, сні, після цього — у безпеці, любові, належності до певних соціальних груп, самоповазі тощо, потім — потреби у самодостатності, осмисленості. Лише згодом особистість реалізує потреби духовного зростання: пошуку справедливості, досконалості, істини, самоствердження та самореалізації (А. Адлер, А. Маслоу).

У туристичній сфері людина реалізує і базові, і духовні потреби: рекреаційні (у відпочинку та розвагах, під час яких відбувається відновлення фізичного тону організму, розкриття його ресурсного потенціалу), емоційно-чуттєві (у задоволенні від краси ландшафтів, історичних і культурних пам'яток), пізнавальні (у глибшому, ніж у звичайних умовах, пізнанні та осягненні природно-соціального світу), у самореалізації (отримання натхнення та імпульсу до творчості, громадської та організаторської діяльності тощо). Туристична діяльність сприяє зміцненню не тільки загального, а й репродуктивного здоров'я людини (здатності до народження дітей), покращенню внутрішньої комунікації, зростанню кількості сімей (майбутні подружжя знайомляться під час туристичної подорожі).

Задовольнивши базові потреби, людина й суспільство прагнуть до задоволення більш високих і духовних потреб. Саме туризм є сферою задоволення потреб найактивнішої частини суспільства.

Туризм не створює первинних, доісторично та історично сформованих природним способом самоорганізованих соціальних спільнот. Однак, інтенсифікуючи взаємодію та спілкування між різними соціумами, етносами (за посередництвом представників-туристів), він сприяє формуванню глобального суперсоціуму.

Тісно пов'язана з туризмом духовна сфера суспільного життя. Занурюючись в інше соціокультурне життя, люди одночасно пізнають економічне, етнічне й духовне середовище. Масовий туризм загострює культурно-етнічну й духовну самосвідомість як туристів, так і представників приймаючої сторони. Відвідування відомих історико-культурних об'єктів, місць релігійного паломництва, монастирів, духовних шкіл, шкіл медитації, музеїв, виставок, концертів, фестивалів — це і багато іншого є духовними складовими туристичної діяльності.

Духовні цінності притаманні соціуму, звідки виїжджають туристи, і соціуму, який їх приймає, у процесі контакту, у т. ч. і духовного, виникає своєрідний синергетичний ефект, коли результат духовної комунікації перевищує суму духовних досягнень кожної зі сторін. Кожна з них не лише засвоює духовні надбання іншої, а й відкриває нові можливості розвитку власної духовності. У результаті взаємодії формується новий духовний продукт, який неможливо створити поза цим процесом.

Основним результатом туристичної діяльності є формування порад з існуючими національними та міжнародними системами духовного виробництва універсальної наднаціональної, загальнолюдської, обсяг, вплив і питома вага якої перевищують просту суму духовних інфраструктур і духовних продуктів різних спільнот. Туризм навіть прискорює становлення інфраструктури глобального всесвітнього духовного виробництва, зафіксувати її інститути не завжди можливо, позаяк вони існують віртуально у процесі міжкультурної, міжцивілізаційної комунікації. Ця комунікація продовжується і після повернення туристів з подорожі, долучаючись до системи міжкультурного, міжцивілізаційного і глобального духовного виробництва. Не варто розглядати національне духовне виробництво як ізольоване від глобального, внаслідок туристичної діяльності національне піднімається до рівня глобального. Багато людей, котрі належать до різних народів, збільшують глобалізованість сучасного духовного виробництва, поступово перетворюючи його на інтегровану власними внутрішніми зв'язками систему.

На початку третього тисячоліття у культурі, як і у всіх інших сферах, під впливом глобалізаційних процесів з'явилися нові реалії «стиснутого» технологічним прогресом світу. Будь-яка точка планети стає загально- та швидко доступною, йдеться про формування «психології й культури світу», глобального гуманістичного світогляду індивіда, толерантності. Цінності світової культури трансформуються в напрямі «поліетнічної синергії», і цьому значною мірою сприяє туризм, що дає змогу безпосередньо спілкуватися з культурним середовищем існування як цілісним, безперервним у часі масивом пам'яток діяльності, історії та цивілізації. Через оволодіння пам'ятками «спільної долі» людина долучається не лише до історії предків, а й до певної соціально-історичної спільноти, набуває духовних вимірів певної культури та ідентифікує себе як її носія. Самоідентифікація особи є необхідною передумовою, точкою відліку її індивідуалізації, становлення як автономної особистості, що вміє діяти самостійно і в складі певної спільноти, узгоджувати спільні та власні інтереси, не абсолютизуючи жодного. Аналізуючи процес впливу туристичної подорожі на культурний розвиток особистості, можна зробити висновок про його двовимірний характер: він є прямим культурним надбанням індивіда внаслідок безпосереднього спілкування з приймаючим середовищем і опосередкованим результатом отримання додаткових знань і досвіду під час підготовки до подорожі, у її процесі шляхом вирішення питань, пов'язаних із пристосуванням до невідомого середовища. У Хартії культурного туризму (1976) [130] наголошується, що він справляє на історико-культурну спадщину значний

позитивний вплив тому, що інтереси, пов'язані з власне туристичним розвитком, водночас сприяють захисту, збереженню та відновленню історичних місць і культурних пам'яток. Самаркандська декларація з туризму на Шовковому шляху (1994) і Хівінська декларація «Туризм і збереження культурної спадщини» (1999) також вказують на тісний зв'язок між туризмом та культурою, значення цих сфер діяльності на початку нового тисячоліття для побудови світової культури, досягнення плюралізму, запобігання девальвації, збереження всесвітньої духовної спадщини для майбутніх поколінь. Ці документи декларують взаємодоповнення та взаємозбагачення культур, важливість їх діалогу і зміцнення миру в усьому світі, унікальну роль туризму в цих процесах.

Туризм не тільки допомагає розвитку приймаючої країни, туристи, навіть не усвідомлюючи того, стають носіями та пропагандистами власних національних культур та систем цінностей. Крім того, інтерес, який виявляє турист до культурних пам'яток минулого під час відвідання країни, може спонукати приймаюче суспільство до усвідомлення власної історичної спадкоємності, викликати у місцевих народів та етнічних груп почуття культурної гідності та самоцінності.

Туризм як універсальний засіб пізнання іншої культури (інкультурації) і формування міжкультурного взаєморозуміння

Опинившись у певній країні чи регіоні, турист долучається до системи цінностей приймаючого суспільства, інтегрується у його соціо-культурні традиції. Це передбачає усвідомлення гостем моральних, етичних, культурних, духовних, соціальних стандартів (норм і правил), вироблених відповідним соціумом, моделювання своєї поведінки так, щоб забезпечити максимальний контакт із місцевим населенням, продуктивне спілкування та взаєморозуміння. Результатом такої взаємодії є освоєння туристом систем інших культурних і духовних цінностей -інкультурація, що дає змогу відвідувачу, у свою чергу, транслювати ці надбання у власне суспільство. Тож розвиток і вдосконалення особистості туриста під час подорожі через пізнання нового середовища збагачують ціннісні системи соціумів, членом яких є турист, сім'ї, друзів, робочих колективів, суспільства загалом. Цей процес є взаємним, зумовлює взаємопроникнення та взаємозбагачення культур направляючого та приймаючого соціумів і навіть обопільне самовдосконалення.

Щоб уникнути негативних впливів на довкілля та історико-культурну спадщину, позбавитися споживацького ставлення до природи й культури, необхідна цілеспрямована політика туристичних організацій та громадськості щодо гуманізації та вдосконалення культурного рівня мережі туристичної комунікації.

Мережа туристичної комунікації створює умови для наймасовіших контактів, формуючи між людьми атмосферу взаєморозуміння, довіри, солідарності. Масове занурення великих груп людей в інше соціокультурне середовище створює медіума (посередника) комунікації — своєрідне силове поле, над яким надбудовується відповідна інфраструктура. Така комунікативна взаємодія значно, перевищує суму окремих контактів індивідів. Цей ефект називають адитивним. У цьому сенсі туристична діяльність формує духовно-комунікативне силове поле, яке прискорює самовдосконалення особистості, її моральних і духовних якостей, сприяє реалізації імперативу виживання та розвитку людства.

Перед сучасним світом постали складні соціальні проблеми, одна з яких — досягнення взаєморозуміння регіонів планети, узгодження найважливіших соціальних цінностей, що впливають на розгортання глобальних процесів на планеті. Збереження життя неможливе без дотримання найважливіших технологічних, екологічних, соціально-організаційних, міжцивілізаційних, моральних та інших параметрів, норм і домовленостей, що мають забезпечити досягнення цієї мети. Одним із шляхів до неї є свідоміше використання туристичної комунікації як медіума взаємодії культур і цілих культурних регіонів планети з метою узгодження і усвідомлення стратегічних цінностей виживання та розвитку, а також найважливіших практичних, зокрема політичних, економічних, екологічних та інших орієнтирів різних індивідуальних і групових суб'єктів.

Сучасна людина має відмовитися від споживацького способу життя і перейти до самотрансцендентальної (такої, що виходить за власні потреби суб'єкта) моделі любові до прийдешніх поколінь, відповідальності за їхнє існування, розумного обмеження надспоживання невідновлюваних природних ресурсів.

6. ЕТИЧНІ ВИМІРИ ТУРИЗМУ

На початку ХХ ст. у туристознавчій сфері змінилися пріоритети досліджень. Традиційний підхід до туризму як «індустрії подорожей та відпочинку», що зумовлював вивчення його економічних аспектів, поступово доповнили нові орієнтири. Це явище почали осмислювати у культурологічному, соціологічному, релігійному, комунікативному, естетичному, а також етичному вимірах.

Сутність етичного виміру туризму

Етичну проблематику почали вивчати ще до нашої ери. Ще у давніх міфах, казках формулювалися правила доброчесної поведінки, визначалися певні санкції за порушення заборон і приписів. Етична проблематика посідала центральне місце у релігійно-філософських пошуках Давнього Китаю (конфуціанство), Давньої Індії (буддизм), давньогрецьких мудреців (Фалес, Солон, Біант, Періандр та ін.) та філософів (Геракліт, Демокріт, софісти, Сократ). Арістотель (384—322) надав цим міркуванням статусу наукового знання. Отже, етика як наука торує свій шлях понад дві тисячі років.

Протягом двох тисячоліть мораль як предмет вивчення етики трактували по-різному. Її називали «життєвою мудрістю», «механікою поведінки», суспільними настановами обов'язків людини або, навпаки, внутрішнім знанням належної поведінки, тому у філософсько-етичній літературі існує безліч її визначень. Мораль настільки багатовимірне явище, що дати одне вичерпне визначення її неможливо, різні дефініції розкривають ті чи ті аспекти моралі, взаємодоповнюють її складне поняття.

У російсько-українській філософській традиції усталеним вважають визначення моралі, що належить російському етику О. Титаренку. Сучасна українська етика сприйняла це визначення в дещо уточненому варіанті, запропонованому вітчизняним філософом В. Малахо-вим: «Мораль постає як такий імперативно-оцінний спосіб відношення людини до дійсності, котрий регулює поведінку людей з точки зору принципового протиставлення добра та зла». Таке визначення дало змогу залучити до системи морального оцінювання ставлення людини до світів живої та неживої природи, а також культури, тобто людина потрапила у замкнуте коло морально оцінюваного світовідношення. У контексті таке визначення моралі є принциповим, оскільки в туристській діяльності міжособистісні відносини хоча і домінують, але негативні наслідки реалізації комунікативних потреб людини чинять негативний вплив на природне та історико-культурне середовище.

Етимологічно поєднані поняття «етика» і «мораль» у процесі наукового розвитку наповнилися різним змістом. Термін «етика» позначає науку про мораль, а «мораль» — реально існуючий феномен, що є предметом вивчення етики. У повсякденній мові, ненаукових текстах поняття «етика» та «мораль» не розрізняють, що зумовлено відсутністю чіткої межі між мораллю як реальним явищем та етикою як сукупністю знання про нього, взаємозв'язком теорії моралі та моральної практики. Це дає підстави говорити про «етику вченого», «медичну етику», «педагогічну етику», «етику туризму» як про сукупність певних моральних принципів, норм, що специфічно проявляються, діють чи потребують особливого застосування.

Етичний вимір завжди пов'язаний з мораллю, а її суб'єктом є людина, наділена моральною свідомістю, тобто здатністю корелювати свої відносини з іншими людьми, дійсністю загалом. Інструментом цієї кореляції і стає мораль.

Отже, коли йдеться про етичний вимір, наприклад, туризму, то його розглядають через призму основних моральних понять — «добро» та «зло», «обов'язок», «відповідальність», «справедливість», «свобода вибору», «щастя», «честь» та «гідність», «совість» та «сором», «толерантність», «повага», «співчуття», «любов», тобто аналізують з погляду певних вимог (належного, тобто того, що має бути) та ступеня відповідальності цим вимогам (суцього, тобто такого, яке є в реальності).

Становлення етики туризму

Поєднання таких феноменів як етика і туризм є ознакою новітніх процесів як у туристичній індустрії, так і в етиці як системі знання. Донедавна туризм був предметом рефлексії науковців економічної, соціальної, політичної галузей, а філософи, котрих цікавили проблеми моралі, що є предметом вивчення етики, не надто заглиблювалися в емпіричний світ її буття. Це було наслідком, з одного боку, прагматичного розуміння функціонального призначення туризму, а з іншого — кризовим станом етики, що відчувала потребу у наближенні до реальних проблем моралі. Щоб ґрунтовніше пояснити причини об'єднання туризму та етики, окреслити основні проблеми, доречно розглянути ті особливості розвитку обох галузей, котрі уможливили на початку ХХІ ст. появу етики туризму—нового інтегративного знання, що перебуває на етапі становлення. Людині іманентна потреба у пізнанні незвіданого, незвичного. У давнину її задовольняли у мандрях, що поряд із вгамуванням допитливості супроводжувалися випробуваннями на стійкість і мужність. Тому мандрівки здійснювали відчайдухи або люди з великими економічними статками. За таких обставин можливість подорожувати була ознакою елітарного становища в суспільстві. Практика подорожування втратила елітарні ознаки завдяки загальноекономічному розвитку і проголошенню права людини на відпочинок. Надання права на щорічну оплачувану відпустку започаткувало розвиток туризму як масового явища. Масовий вихід туризму за межі національних кордонів та конституювання координуючих органів на рівні міжнародного співтовариства припадають на 70-ті роки ХХ ст.

Отже, передусім туризм пов'язаний із соціально-економічним розвитком та залежить від економічних можливостей людини реалізувати своє право на активний відпочинок, свободу подорожування у межах вільного часу. Закономірним вважали погляд на туризм як на важливу галузь економічної діяльності, що є прибутковою та перспективною, тому цим феноменом на науковому рівні цікавилися переважно економічні аналітики. Зміни усталеного образу туризму в економічному аспекті започаткувала Манільська декларація по світовому туризму, прийнята Всесвітньою конференцією по туризму (1980). У ній проголошено, що економічний аспект туристичної діяльності не вичерпує її сутності, вона може розвиватися лише в умовах миру, а також має слугувати моральною основою для міжнародного співробітництва [87]. Наголос на утвердженні домінування духовних цінностей у практиці туризму над елементами матеріального та технічного характеру стає відповідною парадигмою наступних нормативних документів ВТО.

У Документі Акапулько, прийнятому на Всесвітній нараді по туризму (1982), концепція туризму в нових гуманітарних вимірах передбачала, що «право на відпочинок як природне продовження права на працю має утверджуватися як основне право людини на щастя» [36]. Кодекс туриста, Хартія туризму (схвалені у 1985 р. на VI сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, Софія), Гаазька декларація по туризму (Гаага, 1989 р.) засвідчили бачення розвитку туризму в гуманістичних вимірах, а окрім тез, що стверджували життєвість такої концепції, проголосили низку положень застережливого та обмежувального характеру, котрі стали результатом осмислення негативних наслідків туристської діяльності. Зокрема, наголошувалось на:

- необхідності захисту та примноження туристичних ресурсів, оскільки незіпсоване природне, культурне та людське середовище є основною умовою розвитку туризму;
- спричинених туризмом непорозуміннях (соціальних, культурних та економічних) між гостями та місцевим населенням, а також одноманітності в їх поведінці та потребах, що в перспективі може негативно вплинути на культурну різноманітність та самобутність місцевого населення (за умови відсутності контролю та планування відповідними органами);
- шанобливому ставленні туристів до політичного, соціального, морального та релігійного устроїв у місцях транзиту та тимчасового перебування;
- толерантності до звичаїв, вірувань, вчинків місцевого населення та повазі до природного та культурного надбання;
- запобіганні будь-якій аморальній можливості використання туризму;
- гарантуванні гідного ставлення до туристів (особливо до вразливих категорій—людей похилого віку, інвалідів, дітей, молоді).

Гаазька декларація наполегливо закликала парламенти, уряди, державні та приватні організації, асоціації та установи, що відповідають за туристську діяльність, професіоналів у галузі туризму, а також самих туристів керуватися цими принципами у своїй діяльності.

Балійська декларація по туризму (1996) розширила розуміння його гуманістичного потенціалу, ствердивши, що туризм — це важлива потреба людини, яка не обмежується дозвіллям та відпочинком. Наголошувалося на тому, що туризм може підвищувати якість людських відносин незалежно від етнічних, расових та соціокультурних відмінностей і покликаний забезпечувати взаєморозуміння та поліпшення міжнародних відносин. У цьому документі чітко констатовано наявність переваг і недоліків туристичної діяльності: «туризм оснований на різноманітності природи, релігії, культурних цінностей та традицій і тому може справляти як позитивні, так і негативні впливи, тому необхідно зберігати збалансоване відношення між людьми та їх культурним і природним середовищем, а також розвивати національну самосвідомість». Балійська

декларація наголосила, що розвиток туризму має бути зорієнтованим на забезпечення благополуччя місцевих спільнот, сприяння взаєморозумінню людей, охорону природи та середовища, збереження традицій, соціальних, культурних і релігійних цінностей.

У монреальській декларації «До гуманного і соціального бачення туризму» містяться відповіді на ключове питання — «Що таке соціальний туризм?». Його образно визначено як «дизайнера суспільства». Декларація закликала до забезпечення доступності туристського відпочинку для всіх, включаючи сім'ї, молодь і людей похилого віку. Згідно з ним моральною вимогою є боротьба проти нерівності та ігнорування інших культур, матеріальних і фізичних обмежень. Оскільки соціальний туризм прагне забезпечити доступність подорожей для максимальної кількості людей, не обмежуючись отриманням максимального прибутку, він є вагомим внеском у підвищення культурного рівня великої кількості населення. Однак активний розвиток туризму спричинив низку негативних наслідків, передусім соціальних. У «Манільській декларації по соціальному впливу туризму» (Маніла, 1997) проголошено намір ліквідувати «соціальні пороки та експлуатацію, пов'язану чи таку, що асоціюється з туризмом та суміжними з ним видами діяльності» [87]. Було зазначено, що туризм спричиняє не лише культурні, а й екологічні втрати та ризики, вплив котрих на біологічну різноманітність та вразливі екосистеми (коралові рифи, археологічні об'єкти, гори, прибережні зони та водно-болотисті місцевості) викликає особливе занепокоєння та актуалізують розвиток екотуризму [87]. Цей документ задекларував потребу у розробленні та прийнятті глобального етичного кодексу туризму (Сантьяго, 1 жовтня 1999 року), що допоможе зберегти позитивні результати від його розвитку для населення, туристичних центрів та самих туристів і мінімізувати негативні впливи. Глобальний етичний кодекс туризму визначив комплекс орієнтирів для стійкого розвитку світового туризму. Він спирається на етично спрямовані ідеї попередніх декларацій та чинних професійних кодексів і започатковує етичне мислення, що відображає моральні потреби сьогодення. Центральною категорією етичного кодексу є відповідальний туризм, що має ґрунтуватися на розумінні та поширенні таких моральних цінностей, як терпимість та повага до різноманітних релігійних, філософських і моральних переконань. У кодексі окреслено правила співпраці, що ґрунтуються на засадах терпимості та взаємоповаги, для туристських напрямків, урядів, туроператорів, туристичних агентств, працівників і мандрівників [25]. Глобальний етичний кодекс туризму зобов'язує учасників туристського процесу оберігати природне та культурне довкілля. У ньому висловлено переконання, що за дотримання певних принципів та правил відповідальний туризм може примирити економічні інтереси з негативними екологічними наслідками туристичної діяльності, мінімізуючи їх, зменшивши тиск туристичних потоків на середовище, збалансувати відкритість для міжнародних обмінів та захист соціальної і культурної самобутності народів.

У національному законодавстві України також формується правове поле туристичної індустрії. Основними документами є Закон України від 15 вересня 1995 року «Про туризм»; «Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» (схвалено Указом Президента України від 10 серпня 1999 року); «Державна Програма розвитку туризму на 2002—2010 роки» (затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 року № 583), Однак у цих документах не згадано про моральний фактор його функціонування і розвитку. Наголошується переважно на економічному (напряму структурної перебудови економіки, додаткові кошти до бюджету, залучення валютних надходжень), соціальному (створення додаткових робочих місць) та політичному аспектах (підвищення рівня авторитету нашої держави на міжнародному рівні) як при аналізі позитивних результатів від розвитку туристичної галузі, так і негативних чинників, що гальмують її розвиток, Мета Програми розвитку туризму — «створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіонів за умови збереження екологічної рівноваги та культурної спадщини».

Отже, основні завдання не передбачають актуалізації моральних чинників у розвитку туризму. Актуальними визначено оптимізацію системи управління туристичною галуззю, вдосконалення транспортної інфраструктури, підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної мережі, а також наголошено, що важливим напрямом туризму є «ефективне і раціональне використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини з одночасним їх збереженням і відновленням, профілактика та мінімізація негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє природне середовище».

Отже, наріжні проблеми світового туризму ще не цілком усвідомлені у вітчизняній туристській практиці. Однак аналіз вітчизняної науково-дослідної літератури з проблем туризму свідчить про інтеграцію туристської галузі України у світові процеси.

Світова спільнота в осмисленні проблем туристської галузі підійшла до етапу, коли технологічні методи управлінської діяльності, збалансованість, опора на державні, громадські установи, уряди та парламенти країн перестали бути дієвими засобами і постала потреба у залученні духовного потенціалу.

Поєднання туристської діяльності та етичної теорії започаткувало сучасну галузь теоретичного знання та суспільної практики — етику туризму.

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, при цьому не зменшується її значущість.

До основних проблем етики туризму можна зарахувати: моральну амбівалентність соціального туризму; проблему бідності та багатства, конкретизовану 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 туристської 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, тобто на питання «життя та смерті».

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, туристська подорож не завжди позитивно визначає ставлення людини до природи. Тимчасовість перебування іноді спонукає до легковажного ставлення до природного середовища. Туристські підприємства не завжди забезпечують утилізацію відходів, посилюючи тиск на екологію.

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

Уже 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: «Люди у всіх країнах світу стають все залежнішими один від одного. І така тенденція все більш явна і нездоланна. У людей виникає все більше спільних інтересів, головний з яких — зберегти на Землі людство... Людство має навчатися жити у згоді з Природою, її законами. Люди зобов'язані сприймати себе не панами, а частиною природи» («Вопросы философии», 2000, №9).

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 та ін. 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 смыслом 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 слід 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 туристській 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 котрими 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, їх зміцнення можливі лише завдяки моральним чеснотам.

Недоліком соціального туризму є стандартизація, котра стосується як запропонованих туристичних послуг (і може бути позитивним процесом, коли впроваджуються та наслідуються 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 туристської діяльності (туроператор) зацікавлений економічно. Тут постає складна проблема узгодження інтересів взаємодіючих у туристській діяльності сторін, розв'язання котрої закорінене у моральній площині.

Наявність видів туристської 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 слід зосередитися на особливій ролі моральних основ діяльності працівників туристської 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.

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, принциповими 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 їх виникненню. Це потужний виховний потенціал у формуванні туристської свідомості, основою котрої має стати відповідальне ставлення до інших людей та навколишнього світу. Моральна компонента — невід'ємний складник туристської 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 їх 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, орієнтування на технологічні інновації затьмарюють необхідність збереження людського ества в моральному вимірі. Туризм є опосередкованим методом морального виховання та розвитку широкого загалу, а особливо молодого покоління. Туристську 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 передовсім на політичних та економічних проблемах (збільшення обсягів виробництва, модернізація, пошуки нових технологій тощо), хоча метаморфози, що 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 сутності, а необхідною умовою існування цивілізації. Саме тому етика може стати «архітектором» майбутнього, що актуалізує моральну компоненту у всіх видах діяльності, у т. ч. і в туристичному бізнесі.

7. ПЕДАГОГІКА ТУРИЗМУ

Освіта є об'єктом педагогіки, а процес спрямованого особистісного розвитку людини, її навчання, виховання, освіти в умовах спеціально організованого педагогічного процесу — її предметом. Глобалізаційні процеси ХХІ ст. сприяли активному спілкуванню народів світу, в т. ч. через туризм. Масштаби розвитку туристичної діяльності в сучасному світі актуалізують розроблення і становлення педагогіки туризму як галузі практичної діяльності з виховання особистості та підготовки спеціалістів з туризму.

Педагогічні орієнтири туризмології

Економічний і культурний потенціал країни помітно залежить від стану туристичної індустрії. Держава зацікавлена в розвитку туристської освітньо-педагогічної парадигми. У вихованні та навчанні необхідно органічно поєднувати орієнтацію на особистіші інтереси та інтереси суспільства, орієнтувати молодь на обрання життєво правильних цілей, уникаючи крайнощів як індивідуалізму, так і колективізму. Слід визнати, що особистістю 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, їх системної, інтегрованої сутності.

Ще Арістотель вважав, що виховання є державною функцією та зводиться до формування в особистості необхідних якостей. Для цього слід використати природні задатки, спроможність набувати звичку та здатність робити судження. Фактори виховання, вказані Арістотелем, створили підґрунтя для першого наукового визначення педагогіки як учіння про правильне формування особистості. Давньогрецький філософ Платон наголошував, що головною передумовою самозбереження держави є виховання громадян у дусі праведності. Сократ започаткував філософську основу гуманістичної педагогіки, він вважав, що основою особистості є суб'єктивне і людина повинна здобувати освіту не шляхом навчання, тобто передавання істини, а шляхом самостійного пошуку її смислу. Найціннішим у людини є уміння бачити істину (моральність) і гідно поводитись.

Наступні покоління вітчизняних і зарубіжних учених сформували закономірності людського виховання, розробили та впровадили ефективні педагогічні технології. Історія становлення педагогіки як науки свідчить, що її виникнення та розвиток визначалися об'єктивними соціально-економічними потребами суспільства в підготовці до життя нових поколінь. 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.

Педагогічна наука визнає, що «виховання здійснюється переважно через міжособистісне спілкування людей із метою розвитку світогляду, моралі, формування рис характеру особистості та людських вчинків, у той час як навчання, реалізуючись через різні види предметної теоретичної та практичної діяльності, орієнтоване на інтелектуальний і когнітивний розвиток... Навчання має справу з пізнавальними процесами, а виховання — з почуттями та міжособистісними відношеннями», — наголошував російський психолог Р. Немов. У працях вітчизняних науковців Н. Ничкало, І. Зязюна, В. Кременя, В. Федорченка при дослідженні педагогічних аспектів туризму визнано необхідність визначення предмета педагогіки туризму. Предметом її дослідження, з одного боку, є виховання як ефективний засіб передавання накопичених цінностей, а також цілеспрямована зміна якостей особистості в процесі заняття туризмом, розширення уявлення про культурну та природну спадщину, а з іншого — педагогічна система туристичної освіти як засіб передавання новим поколінням професійних знань, умінь та навичок у процесі туристичної діяльності. Можна сформулювати подвійний предмет педагогіки туризму: «теорія і практика виховання, навчання та розвитку фахівця сфери туризму» та «теорія і

практика виховання та розвитку особистості в туризмі». Отже, стосовно 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. Проблема розвитку особистості засобами туризму не була предметом уваги традиційної педагогічної науки. Ігнорувалися виховна, освітня, оздоровча функції туризму, рекреаційні, адаптивні та аксіологічні його можливості для розвитку особистості, суб'єктивної активності людини. З переліку основних чинників розвитку особистості випадала творча активна туристична діяльність, що розгортається, змінюється з віком, набуває нових якісних характеристик, відіграє важливу роль в особистісному зростанні. Оскільки сучасні пріоритети освіти 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 цьому контексті особливого значення набувають категорії педагогіки туризму.

Ученим і практикам педагогіки туризму слід освоїти такі основні категорії:

1. Виховання. Ця категорія є провідною в розробленні методологічних засад, розкриває сенс туристської діяльності, професійної підготовки фахівців для туризму, привертає увагу теоретиків і практиків до виховних моделей туризму. Поняття «виховання» означає багато-факторний процес, що 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 орієнтує 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 інокulturі; 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 туристського виховання, методологію туристської освіти і навчання, методологію управління туристською освітою. Методологічні засади педагогіки туризму потребують розроблення та обґрунтування основних елементів: мети, завдань, функцій та основних категорій. Дослідження методологічних основ туристського 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 туристської освіти; фінансове забезпечення системи підготовки працівників для галузі.

Комплекс зовнішніх (екзогенних) завдань, які постають перед педагогікою туризму, насамперед визначається 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, що дає змогу з'ясувати місце туризму в ланцюзі цінностей. Аксіологічних інтерпретацій туризму багато. Більшість із них виходять за власне педагогічні межі та мають широкий соціокультурний сенс: туризм — посол миру (ВТО); туризм — атрибут миру (В. Квартальнов); туризм — з метою миру та регіонального розвитку (ЮНЕСКО) та ін. Однак існують і певні аксіологічні визначення педагогіки туризму. Цільова модель педагогіки туризму відображає три компоненти: особистість — як мета; педагогічний і туристичний вектори аксіологічного простору — як умови та засоби досягнення максимально можливого розвитку особистості.

Закономірності в педагогіці трактуються як зв'язок між спеціально створеними або об'єктивно існуючими умовами та досягнутими результатами, якими є освіченість, вихованість, розвиток особистості в конкретних її параметрах. Основними критеріями оцінювання цих зв'язків педагогічна наука вважає:

- 1) об'єктивність — незалежність від будь-яких умов;
- 2) цілісність — обов'язковий комплекс факторів, які в сукупності забезпечують бажані результати;
- 3) загальність — можливість використання та тиражування у будь-якому експерименті;
- 4) повторюваність — спроможність відтворення в аналогічних ситуаціях.

Проблема взаємозв'язку етичних норм і цінностей із туризмом є особливо актуальною сьогодні, коли туризм, набуваючи ознак глобалізації, потребує коректив у виховній і мотиваційній сферах, ціннісних орієнтаціях, способах регулювання культурних конфліктів. Пошук морально-ціннісних орієнтирів у туризмі та форм їх інтеграції зумовлений також руйнацією ustalених етичних систем. Ці пошуки посилюють інтерес не лише до аксіології виховання загалом, а й до аксіологічних вимірів у конкретних видах діяльності, зокрема туристському вихованні. Аксіологічна та морально-етична проблематика не є принципово новим явищем для виховання, проте репрезентує саме ту специфічну ознаку, що притаманна передусім сучасній теорії та практиці виховання, у якій загострилася суперечка про ціннісні судження. Адже у кожної людини яка намагається пізнати навколишній світ, є свої цінності тобто переважання певних смислів і побудованих на їх основі способів поведінки. Постійними на різних етапах розвитку людського суспільства є такі цінності, як життя, здоров'я, любов, освіта, творчість, краса тощо. Вони містять гуманістичне начало й тому витримали перевірку в практиці світової історії. Однак педагогічні цінності утверджуються не спонтанно, а залежать від соціальних, політичних та екологічних відносин у суспільстві.

Отже, 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. Виокремлюють організований і стихійний види соціального простору. Соціологи наголошують на їх взаємозалежності та альтернативності: чим вужча зона організованого соціального простору, тим ширша стихійного соціального простору. Організований соціальний простір сприяє розвитку позитивної динаміки особистості, продуктивному використанню вільного часу. Його формують клуби, спортивні школи, стадіони, художня самодіяльність, будинки творчості і культури, туристські установи, подорожі та маршрути, а отже, туристичний простір — важлива складова структури організованого. Стихійний соціальний простір — це частина середовища, яка в неорганізованій формі впливає на особистість, іноді не надто позитивно.

Вихідною категорією у педагогіці туризму є «естетичне», що належить як до явищ об'єктивної дійсності, так і до творів мистецтва, що пізнають у процесі туристичної діяльності. Вирізняють такі естетичні категорії: прекрасне, трагічне, комічне, високе, низьке. Особливе значення естетичних категорій у педагогіці туризму виявляється під час екскурсій. Естетичні почуття, творчі за характером, впливають на розвиток уяви подорожнього, сприяють подоланню стереотипності мислення, допомагають усвідомити можливості конструктивного перетворення світу.

Туризм відіграє мультиплікативну роль у розширенні організованого соціального простору, залучаючи до сфери своєї дії клуби, спортивні комплекси, будинки творчості, природну та культурну спадщину. Отже, розвиток соціальної мультиплікативної функції є одним із важливих завдань педагогіки туризму.

Рекреаційна функція педагогіки туризму передбачає активну діяльність, яка сприяє не лише відновленню, а й розвитку фізичних, інтелектуальних та емоційних сил людини. Вчені фіксують зниження рівня адаптації людини до змін природного і соціального середовища, а в деяких випадках і повне падіння. За цих умов дуже важлива адаптивна роль туризму, який пропонує ефективні механізми і засоби фізичної, психологічної та інтелектуальної адаптації людини. Тому і педагогіка туризму має розвивати свою адаптивну функцію. Атрактивність (привабливість, цікавість) здатна не тільки оновити людину, а й пробуджувати інтерес до нових подорожей. З цієї позиції можливості туризму й екскурсій щодо педагогіки невичерпні та майже не досліджені.

Дидактична (навчальна) функція педагогіки туризму потребує розв'язання 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.

Важливим напрямом педагогіки туризму є розроблення змісту туристичної освіти. В існуючих освітніх парадигмах зміст освіти, як правило, отожднюється із навчальним матеріалом. Документальними носіями навчального матеріалу є навчальний план, програми, підручники, навчальні посібники, різноманітні засоби наочності, змістові компоненти програм комп'ютерного, дистанційного (телекомунікаційного) видів навчання. Однак, як зазначає методолог Б. Гершунський, суто навчаюча концепція освіти, що апелює переважно до розуму учнів і намагається наповнити інтелект науковими фактами, поняттями, категоріями, правилами, принципами, теоріями і законами, повністю вичерпалася. Їй на зміну має прийти концепція, основою якої є підготовка особистості до глибокого, всебічного усвідомлення, розуміння сенсу життя, що розкривається через самореалізацію. Професійна освіта створює умови для такої самореалізації через пізнання наукоємних компонентів наукового знання. Вони мають бути достатньо стабільними за змістом, відображати фундаментальні й відносно стійкі основи і водночас відповідати галузям науки, техніки, виробництва, теоріям, законам, закономірностям, поняттям, ідеям, методам і принципам прогностичності, урахувати тенденції розвитку туристської галузі, динаміку фактів і наукового знання загалом, перспективні наукові та технологічні відкриття, можливості їх використання в майбутньому. Модернізація змісту туристської освіти в розрізі сказаного передусім має ґрунтуватися на прогностичних моделях для цієї індустрії, використанні надійного інформаційного забезпечення, що дасть змогу об'єднати науково-технічні прогнози з дидактичними. Для системного оновлення змісту освіти доцільно звертатися до оцінних суджень найкомпетентніших експертів, використовувати їх професійні знання, творчі потенції для коригування змісту і процесу професійної підготовки спеціалістів туристичної індустрії.

Розроблення проблематики педагогіки туризму пов'язане з глибинними, парадигмальними змінами в розумінні як теоретичних засад педагогіки та туризму, так і туристської освіти, її можливостей як широкого соціального явища, сфери творення особистості. Актуалізується осмислення державного, суспільного та індивідуального значення туризму і професійних концепцій підготовки спеціалістів для галузі. Проведений аналіз свідчить, що основними векторами розвитку педагогіки туризму в Україні є;

- формування категорійно-понятійного апарату педагогіки туризму;
- теоретико-методологічне обґрунтування структурних елементів педагогіки туризму як системи;
- розроблення Концепції неперервної туристської освіти;

- опрацювання філософсько-парадигмального, змістово-логічного і ресурсно-технологічного компонентів державних стандартів туристської освіти;
- формування спеціальностей, спеціалізацій та їх змісту на основі концептуальних підходів до професійної діяльності, що дасть змогу задовольнити потреби туристичного ринку в професіоналах;
- розроблення навчально-методичного забезпечення підготовки фахівців для сфери туризму.

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. Розв'язання цих завдань має сприяти відкриттю нових спеціальностей у зв'язку зі здатністю туризму створювати нові робочі місця. Актуальним є і розв'язання завдань педагогічної інноватики — впровадження нових методів, засобів, форм, систем навчання, виховання і управління освітніми структурами, а також створення відповідних спеціалізованих навчальних закладів із туристичною інфраструктурою — навчально-виробничими підрозділами: тренінговими фірмами, готелями, ресторанами, екскурсійними бюро, анімаційними закладами тощо.

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.

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.

К. Ушинський у праці «Людина як предмет виховання» наголошував на важливості визначення мети і завдань виховання; «Ввіряючи вихованню чисті й вразливі душі дітей, ввіряючи для того, щоб вони (вихователі) провели в них перші, а тому й найглибші риси, ми маємо цілковите право спитати вихователя, якої мети він добиватиметься в своїй діяльності, і вимагати на це запитання якісної та категоричної відповіді» [159]. Отже, мета виховання загалом — це формування гармонійно розвиненої та суспільно активної особистості з науковим світоглядом, високим духовним потенціалом, що бажає і вміє працювати на благо себе та суспільства. Основні цілі туристського виховання та туризмології визначені у міжнародно-правових актах з регулювання туристичної діяльності: Кодексі туриста, Хартії туризму, Глобальному етичному кодексі туризму.

Туристське виховання виконує подвійне завдання: всебічно розвиває туриста та формує толерантне мислення особистості в умовах інокультурного буття. Однією із його проблем, що 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 туристському 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.

На початку 70-х років XX ст. активізувався інтерес до ціннісної проблематики у розрізі зміни парадигм. Багато західних, зокрема німецьких, філософів останньої третини XX ст. висунули нові парадигми філософської теорії. Однією із них, крім «буття» і «свідомість», є парадигма комунікації, яка спирається на трансцендентальну (ідеальну) мовленнєву прагматику, визначаючи один із найважливіших напрямів сучасної західної філософської думки — комунікативну філософію. Її провідні представники — К. Апель, Ю. Габермас, В. Кульман, Д. Болер, Г. Ульріх, український учений А. Єрмоленко [44] та ін. Комунікативна філософія репрезентує методологічний поворот від класичної парадигми філософії свідомості до посткласичної парадигми філософії комунікації, відкриваючи шлях до виховання етичних норм на основі принципу справедливості та досягнення взаєморозуміння. Комунікативна філософія надає таким етичним категоріям, як «відповідальність», «справедливість», «рефлексія», «зрілість», «суверенність особистості», «обов'язок та сумління» нового, інтерсуб'єктивного забарвлення. Це стосується не тільки досліджень комунікативної філософії, а й вивчення аксіологічних категорій виховання, виявлення соціальних інститутів (до яких належить і туризм), що уможливають формування цих якостей в особистості. Апеляція до комунікативної теорії як методологічної основи проблематики аксіології виховання і туризму обумовлена ще й розгортанням останнього феномену у вимірах «життєвого світу». Це поняття сутнісно охоплює і туризм як семантичний поділ світу на «наш» та «їхній». Осі «своїх» та «чужих» утворюють множинність існуючих життєвих світів, плюральність матеріальних інтерпретацій світу [44] тими, хто перебуває на чужій території як турист. Ця позиція особливо значуща для педагогіки туризму, адже йдеться про культуру розуміння «інших», їх сприйняття, трактування. Діалогічне тлумачення культурних інтенцій однієї культури мовою іншої — головне завдання педагогіки туризму. У зв'язку з цим виникає проблема адекватного перекладу культурного тексту. Доцільно педагогіці туризму звернутися до напрацьованих герменевтики, що дасть змогу вирізнити типи розуміння іншої культури.

На думку дослідника М. Шульгіна [186], можна виокремити кілька типів розуміння. Певні типи виявляються у процесі спілкування з іншою культурою, туристської діяльності. Насамперед це саморозуміння минулого — наскільки творець тексту (екскурсовод, педагог, музеєзнавець) розуміє текст (культуру) і трактує і, відповідно, наскільки розуміють інтерпретований текст туристи. Постає також потреба у розумінні тексту «іншого», що створюється у визначений момент часу в іншій культурі під час подорожі, — синхронне сприйняття. У реальній туристській діяльності вказані типи розуміння, як правило, функціонують не автономно, а тією чи тією мірою взаємодіють і взаємоперетворюються. З психолого-педагогічного погляду виникає проблема адекватного розуміння себе для іншого, з метою оптимального, толерантного розуміння «себе» для «себе». Туризм дає змогу розкритися особистості шляхом діалогу, пізнати себе через спілкування з іншою культурою, іншими особистостями

З позиції аксіології виховання життєвий світ, що інтерпретується особистістю під час перебування на іншій території, дає потужний виховний заряд, що 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 [44]. 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, що 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 доставки особистості альтернативними просторово-часовими маршрутами до природних і культурних надбань. Різниця в оцінках туризму зумовлена насамперед розбіжностями 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 їх 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 характеризуються:

- 1) повною свободою вибору варіанта заняття;
- 2) професійною основою заняття (підготовка викладача, розробка 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 естетика освіти і навчання розглядається 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 компонента підготовки фахівців для сфери Теоретико-методологічні складники туризмалогії

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 спонукування, вольове ставлення суб'єкта до очікуваного результату, його бажання, устремління реалізувати мету. 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, що впливають із закономірностей виховання й визначають загальне спрямування виховного процесу, основні вимоги до його змісту, методики та організації» [162].

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

- регулювання різноманітних відносин учасників туристської діяльності, тому що за характером існування вони мають суб'єктивний характер {визначають діяльність організаторів туризму та суб'єктів туристської діяльності; відображають її внутрішню сутність 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 туристського виховання — це загальні положення, які визначають мету, ідеали, зміст, методику та організацію процесу виховання особистості у туризмі.

Принципи виховання, що перебувають у тісному взаємозв'язку, створюють цілісну систему. Реалізація одного принципу пов'язана з реалізацією інших. Усі вони відображають сутність та основні особливості туристської 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 туристської діяльності, що становлять серцевину виховного процесу у туризмі. Без сучасних ефективних методів, новітніх досягнень педагогічної науки та практики виховання найкращі цілі та ідеали 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, усебічний 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 туристської 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, зорієнтованої 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 вузі є основою високої кваліфікації спеціалістів сфери туризму.

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

Існує потреба в спеціалістах, які володіють необхідними знаннями про стан людини, її фізичне та психічне здоров'я, характерні потреби в пізнанні, спілкуванні, відпочинку та фізичному розвитку; підтриманні емоційних та інтелектуальних сил, а також мають необхідні знання, уміння і навички з формування, просування та реалізації туристичного продукту — туру. Компетенції фахівців цієї галузі формуються на рівні туризмознавця, туроператора, екскурсознавця, спеціаліста з готельної, ресторанної справи, гостинності, місць розміщення тощо. Освіту вони здобувають за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа», «Організація обслуговування в готелях, ресторанах і туристичних комплексах».

Туристська галузь — одна зі складових економіки України. Вона спрямована на створення конкурентоспроможних на світовому ринку національних туристичних послуг на основі ефективного використання природної, історичної, соціальної, культурної спадщини та економічного потенціалу України. Економічна діяльність у цій галузі полягає в забезпеченні ефективного використання наявної та створенні нової матеріально-технічної бази туризму, збільшенні обсягів послуг та надходжень до бюджету держави, забезпеченні зайнятості населення, задоволенні його різноманітних потреб.

Отже, туркам є не лише інструментом соціального розвитку, його вміле використання на засадах туризмології піднімає економіку країн на якісно новий рівень, забезпечує розвиток дотаційній території, залучення додаткової робочої сили, швидкі та високі прибутки, відчутний прогрес у всіх сферах суспільного життя.

Досліджуючи тенденції розвитку туризму в сучасному світі, можна виокремити чинники, що сприяють його поширенню. Насамперед туризм це фактор глобалізації, тобто взаємозв'язків та взаємозалежностей країн, що постійно зростають унаслідок відкритості кордонів та збільшення масштабі міжнародної торгівлі, контактів тощо. При цьому глобалізація забезпечує стандартизацію ділових процесів, урізноманітнює способи виробництва, форми передавання інформації, розширення цифрового простору. Це явище також сприяє руйнуванню осіlosti і одночасно розширює життєві перспективи населення, при цьому саме туризм сприяє міжнародним контактам, обміну культурними цінностями.

Туризм також діє як чинник інформатизації суспільства. Він не тільки визначає основу діяльності туристських організацій, а і дає змогу отримувати оперативну, глибоку, наочну туристську інформацію. Бронювання турпослуг за допомогою Інтернету стає типовою соціальною практикою для мільйонів людей у всьому світі. Цьому сприяє зростання кількості користувачів інтернетом та безпроводними технологіями, вдосконалення платіжних систем і механізмів захисту сайтів електронної комерції. Сучасний європейський туристичний он-лайн ринок формують такі основні сегменти: сайти авіаліній (28%), туроператори (27%), он-лайн агентства подорожей (26%), залізниці (9%), компанії з оренди автомобілів (3%) тощо. Впровадження комп'ютерних технологій у туризмі свідчить про початок дигітальної революції у цій сфері. Під впливом інформатизації розвивається віртуальний туризм.

Розвиток науки, техніки і технологій, їх упровадження і використання в туристській сфері підвищують мобільність туристичних потоків, зумовлюють виникнення нових видів туризму, наприклад космічного. Подорожі перших космічних туристів Д. Тіто і М. Шаттлуорта можна кваліфікувати як «соціальний винахід», який, мабуть, поступово ставатиме звичним та типовим. Так, у списках потенційних космічних туристів вже більше сотні бажаючих.

Отже, туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму, який сприяє перетворенню протистояння культур на їх 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.

Інтерактивні процеси входження України в європейський економічний простір потребують відповідних реформ у підготовці кадрів для сфери туризму. Створюючи вітчизняну систему освіти в туризмі необхідно зважати на те, що природа туристського сектора і різноманіття залучених до нього діючих осіб унеможливило її одностороннє дослідження. Учені зіткнулися з низкою науково-методичних і організаційних проблем, розв'язання яких залежить від численних факторів, серед яких - очікування суб'єктів навчання.

Туристська освіта має бути універсальною, неперервною, з диверсифікованими програмами, комбінованим характером навчання, різноманітністю і багаторівнісною професійною підготовкою. Цьому сприяють розроблені галузеві стандарти та сформовані блоки вибіркового дисциплін із урахуванням спеціалізації фахівців і особливостей їхньої підготовки на вимогу ринку праці.

Парадигма освіти, яка передбачала авторитарне, репродуктивне навчання, застаріла, натомість упроваджується розвиваюче навчання, що стимулює пізнавальну активність та продуктивне мислення, формує творчу особистість. Для третього тисячоліття властива «людини-мірність», тобто спрямування навчання на розвиток особистості в контексті моделі: «природа — людина — суспільство». У цьому особливого значення набуває туристсько-краєзнавча та рекреаційна діяльність, їх вплив на формування людини. Розвитку продуктивного цілісного мислення студентів та підвищенню ефективності навчального процесу сприяють різноманітні засоби: унаочнення, активні форми та методи, інформаційні та комп'ютерні технології тощо.

Теорія туристської освіти і навчання

Прогрес сучасного суспільства визначається знаннями, досвідом і ціннісними орієнтирами особистості, її готовністю відповідати на виклики. Зазначені орієнтири закладаються 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 дібраний із різних наукових джерел і дидактично опрацьований навчальний матеріал має забезпечити якісну підготовку фахівців із туризму. Для цього зміст туристської освіти слід постійно оновлювати відповідно до вимог сучасної туристської практики, науково-технічного і суспільного прогресу.

Майбутній фахівець з туризму повинен 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, туристська освіта покликана будувати сучасне і майбутнє через формування особистісних рис професіонала туризму.

Підвищення рівня підготовки та об'єктивності оцінювання якості функціонування туристських освітніх систем зростає зі стандартизацією туристської освіти. Ця процедура передбачає пошук дієвих механізмів надання діяльності з підготовки фахівців чіткої цільової спрямованого, підвищення відповідальності за кінцеві результати праці всіх учасників освітнього процесу — від керівників і науково-педагогічних працівників до тих, хто повинен оволодіти знаннями, вміннями і навичками майбутньої туристської професії.

Стандартизація туристської освіти як засіб організування освітньої діяльності у туристській 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 туристської освіти спрямована на досягнення оптимального рівня якості та ефективності функціонування системи туристської освіти, характеризує змістовий аспект підготовки фахівців, процесуально-діяльнісний компонент системи.

На сучасному етапі розвитку туристської освіти в Україні стандартизація змісту унормовується, але глибокого дослідження потребують фундаментальні основи вибору оптимальних варіантів програм освітньої і професійної підготовки. Проте процесуально-діялісна складова педагогічного процесу недостатньо опрацьована, тому має бути відрефлектована науковцями та втілена в практику. Отже, стандартизація туристської 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 — окладне 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 орієнтацій, 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, що визначаються і закладаються на рівні проектування.

Прийняті за період реформування освіти в Україні нормативні акти у сфері вищої освіти визначили її структуру, терміни реалізації освітньо-професійних програм вищої школи, типи дипломів, а також встановили інші норми з питань стандартизації вищої освіти та професійної підготовки випускників вищої школи з урахуванням зарубіжного досвіду.

Для створення системи стандартів туристської освіти як сукупності узгоджених норм і вимог до змісту та якості вищої туристської освіти потрібно виконати такі завдання

— акумулювати накопичений практичний зарубіжний і вітчизняний досвід реалізації різних за призначенням і терміном засвоєння програм навчання, побудувати на їхній основі гнучку систему підготовки фахівців для туристської галузі з вищою освітою;

— спрямувати програми вищої освіти на всебічне розкриття інтелектуального потенціалу особистості, розвиток здатності випускника вищого навчального закладу до пошуку творчих підходів у розв'язанні соціальних та професійних завдань, формування вміння приймати рішення в нестандартних умовах і ситуаціях;

— забезпечити умови для підвищення технологічності організації навчального процесу завдяки розширенню прав вищих навчальних закладів туристського спрямування щодо визначення змісту, технологій навчання та професійної підготовки;

— створити можливості для ступеневої підготовки фахівців в умовах навчально-науково-виробничого комплексу, що дасть змогу раціональніше використовувати кадрові та матеріально-технічні ресурси системи освіти;

— забезпечити узгодженість і наступність змісту стандартів вищої освіти фахівців із туризму різних рівнів освіти у структурах початкової туристської освіти в ліцеях, професійної освіти — у вищих навчальних закладах I—II рівнів акредитації, вищої освіти фахівців туризму — у вищих навчальних закладах III—IV рівнів акредитації;

— зорієнтувати зміст стандартів вищої освіти фахівців туризму на підготовку випускників на основі новітніх досягнень у туристській галузі, що випереджають сучасну соціальну та професійну підготовку;

— закріпити тенденцію гармонійного поєднання навчальних дисциплін гуманітарної, соціально-економічної, науково-природничої, професійної та практичної підготовки в нормативному змісті освітньо-професійних програм.

На думку експерта Європейської фундації Б. Мансфілда, основними принципами розроблення стандартів є:

— релевантність (стандарты розробляють для забезпечення відповідності до поточних і майбутніх потреб зайнятості та економіки);

— гнучкість (стандарты мають бути гнучкими відповідно до потреб, що змінюються);

— дотримання компетенцій (стандарты відображають компетенцію, тобто здатність діяти відповідно до стандартів, потрібних у сфері зайнятості);

— структурованість;

— стандарты професійної освіти та навчання (не мають бути рутинними технічними завданнями і вміннями);

— інформованість та орієнтація (стандарты поліпшують «транс-парентність» завдяки наданню корисної інформації та рекомендацій усім учасникам).

Наприклад, у Концепції державних стандартів професійно-технічної освіти, розробленій в Україні, викладено такі принципи:

а) демократизації, гуманізації, неперервності, багатоступеневості (багаторівневості); наступності, відкритості, гнучкості і випереджального характеру професійної освіти;

б) добору і структурування змісту професійно-технічної освіти, обґрунтованого добору змісту навчального матеріалу з огляду на специфіку галузі промисловості, сільського господарства і сфери послуг;

в) прогнозування результатів навчального процесу і його коректування на основі досягнень науково-технічного прогресу і відповідних змін у технологіях виробництва;

г) урахування результатів досліджень у цій галузі.

Деякі принципи, обґрунтовані Б. Мансфілдом, і принципи вітчизняної концепції збігаються, а саме гнучкості й прогностичності. Йдеться не про вузьконаціональні інтереси, а про всезагальні вихідні положення, якими керуються розробники стандартів у світі. Нині в Європейському Союзі є певна узгодженість щодо ключових принципів, яких намагається дотримуватися кожна країна. До них належать:

— орієнтування професійної освіти і навчання на потреби виробництва та ринку праці, необхідність особистісного і професійного розвитку;

— інтеграція практичного досвіду в межах програм професійної освіти і навчання;

— співпраця і кооперація держави і соціальних партнерів у плануванні та організуванні професійної освіти і навчання;

— дослідження в галузі професійної освіти і навчання, вивчення потреб роботодавців, змін у світі праці для формулювання навчальних цілей і результатів.

На ці принципи слід зважати під час розроблення вітчизняних стандартів. Проте, як зазначають європейські експерти, немає єдиної моделі або стандарту, оскільки умови проживання в більшості країн-партнерів докорінно відрізняються від західноєвропейських. Слід надавати перевагу простішим процедурам розроблення стандартів і навчальних програм.

Вивчення західноєвропейських підходів дуже важливе. Досвід вза-ємовідповідальності соціальних партнерів, законодавчого забезпечення професійної освіти і навчання для підготовки конкурентоспроможних кадрів може придатися під час розроблення вітчизняних стандартів.

З огляду на викладене під час розроблення стандартів вищої туристської освіти слід використовувати такі принципи стандартизації професійної освіти:

а) соціальної значущості (цінності) підготовки фахівців, оскільки ціннісні складові відображають ідею туристської освіти, її спрямованість на забезпечення атрактивності держави, її соціально-економічного зростання, зорієнтованість на задоволення потреб особистості;

б) оптимальної відповідності моделі підготовки фахівця для туризму певному прогностичному еталону, у якому взято до уваги: інтегральне середовище майбутньої діяльності фахівця; необхідні знання, вміння, навички; світоглядні настанови та особистісні якості; творчі здібності;

в) інтегральності, тобто достатньої та виваженої реалізації всіх складових, що характеризують структуру становлення особистості майбутнього фахівця (освіченість, пріоритетність професійної підготовки, вихованість, розвиненість, творче мислення, психологічна готовність надати послугу гостинності);

г) індивідуалізації практичної професійної підготовки, що передбачає об'єктивну доступність змісту та обсягу підготовки майбутнього фахівця галузі з урахуванням особистісних детермінант;

- г) ступеневості підготовки фахівців для туризму, що передбачає розроблення стандарту туристської освіти для кожного освітньо-кваліфікаційного рівня і всіх спеціальностей напряму «Туризм»;
- д) наступності змісту навчання та професійної підготовки фахівців для туризму різних освітньо-кваліфікаційних рівнів;
- е) гнучкості, тобто зважання на особливості підготовки фахівців для галузі, ролі та значення суб'єктів і об'єктів туристської педагогічної системи;
- є) перспективності, що передбачає безперервну адаптацію до розвитку науки про туризм, практики організації відпочинку та дозвілля, а отже, визначає динаміку формування змісту навчальних дисциплін, необхідні складові знань, умінь і навичок майбутніх фахівців галузі, їхні особистісні якості та здібності;
- ж) технологічності, тобто документально-нормативної реалізації організаційно-планової та матеріально-технічної складових підготовки фахівців для туризму;
- з) діагностичні, а саме забезпечення об'єктивного оцінювання рівня якості освіти та ефективності педагогічного процесу.

Обґрунтовані принципи стандартизації професійної освіти уточнюються з огляду на загальні та спеціальні принципи стандартизації туристської освіти, до яких належать:

1) науковості та прикладної спрямованості. Зміст науки про туризм має розкривати його гносеологічне значення. Основна наукова проблема полягає в тому, щоб застосовувати різні за своєю природою моделі туризму: філософські, соціологічні, економічні, психологічні, педагогічні. Різні також способи побудови та дослідження цих моделей, наприклад, серед економічних моделей дуже важливі кількісні як результат кількісного вираження реальних процесів. У соціогуманітарних моделях переважають структурні, побудова і дослідження яких потребує залучення новітніх напрацювань із різних галузей наук. Особистість має усвідомлювати, що процес застосування професійно важливих знань при розв'язанні прикладних завдань поділяють на такі етапи: формалізація (перехід від практично! ситуації до її формальної професійної моделі чітко сформульованого професійного завдання); розв'язання професійного завдання в межах наявних моделей, інтерпретування отриманого розв'язання завдання та застосування на практиці. Прикладний аспект туристської освіти передбачає лише правильне розкриття змісту туристських понять, а й визначення конкретних ситуацій, явищ, для опису яких ці поняття використовують. На ці особливості слід зважати під час добору та структурування змісту туристської освіти;

2) пріоритету розвивальної функції. Зміст навчального матеріалу має забезпечувати не екстенсивне, а інтенсивне навчання і самонавчання студентів, перенесення акцентів зі збільшення обсягу інформації на вироблення вмій використовувати її для дослідження професійних цілей. Реалізація цього принципу забезпечує не лише засвоєння готових знань, а й способів такого засвоєння та професійних розв'язків. Створюючи педагогічні ситуації, що стимулюють самостійне вивчення матеріалу, моделюють прикладні ситуації. Розвивальну функцію навчання реалізує персоніфікований виклад матеріалу, тобто подання фактів із погляду їх історичного становлення і розвитку;

3) модульний принцип добору змісту. Програма, що відображає стандартизовані вимоги до професійної підготовки, містить набір тем (модулів), з яких викладач вибудовує курс. Серед них є обов'язкові для вивчення і додаткові. Відповідно до цього у стандартах туристської освіти класифікують інваріантну та варіативну частини, що містить логічно завершені порції матеріалу, які доповнюють інваріантну.

Указані загальнопедагогічні принципи виконують у туристській освіті провідну роль, дають змогу використовувати різні методи для ефективного розкриття змісту туристської освіти, зафіксованого в стандартах.

До специфічних принципів формування стандартів туристської освіти належать вихідні положення, що генерують її зміст з позицій екзогенних та ендогенних функцій туристської діяльності:

- аксіологічний, що дає змогу усвідомити основне завдання туристської діяльності як забезпечення доступності до цінностей, культурних і природних здобутків;
- рекреаційний, що розкриває погляд на людину як на об'єкт рекреації, а погляду впливу процесу відновлення і розвитку життєвих (фізичних, психічних, емоційних, інтелектуальних) сил людини;
- феноменологічний, який зумовлює розкриття змісту в контексті історії наукових поглядів на туризм, а також трансцендентного та суспільного усвідомлення зміни його функцій і ролей;
- галузево-економічний, що характеризує програму економічної підготовки спеціалістів в аспекті вивчення туризму як галузі економіки;
- діяльнісно-економічний, який визначає програму економічної підготовки спеціалістів в аспекті вивчення туризму як виду соціоекономічної діяльності.

Під час формування стандартів туристської освіти слід брати до уваги:

- а) зміну сучасної парадигми освіти, основою якої стає гуманістична концепція людського розвитку, що потребує розв'язання специфічних завдань стандартизації професійної освіти;
- б) педагогічно адаптований соціокультурний досвід, досвід професійної діяльності, втілений у знаннях про природу, суспільство, техніку, мислення і способах діяльності людини та спеціальних знаннях про туризм; досвід виконання відомих загальнолюдських способів діяльності; способи виконання професійних дій; досвід творчої наукової діяльності; досвід ціннісного ставлення до об'єктів і засобів діяльності людини;
- в) закономірності, що визначають об'єктивні зв'язки і відношення між складовими (взаємозв'язок професійного та особистішого досвіду, ступеневість підготовки; теоретичний і практичний характер навчання, розвиток і формування творчих рис фахівця, індивідуальний розвиток особистості, самовдосконалення особистості в освітньому процесі);
- г) загальні принципи (науковості та прикладної спрямованості, пріоритету розвивальної функції, наступності, модульності, інтеграції) та специфічні (аксіологічний, рекреаційний, феноменологічний, галузево-економічний, діяльнісно-економічний).

Отже, зміни на туристичному ринку зумовлюють збільшення потреб у професіоналах, чия підготовка відповідатиме вимогам туристського сектора не лише в Україні, а й у міжнародному соціумі.

Зважаючи на сказане, під егідою Всесвітньої туристської організації було розроблено загальні характеристики та акредитаційні стандарти. У сучасних дослідженнях аналізується можливість запровадження стандартного іспиту в усьому

світі — кваліфікаційного туристичного тесту за здатностями (КТТЗ), метою якого є специфікування можливостей студентів до діяльності у сфері туризму. Це дасть змогу продовжити навчання на курсах, створити умови для кар'єрного зростання, удосконалення професійних знань і навичок.

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 несуть 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. Їх 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 туристської 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 стикатимуться із ризиками створення вузьких освітніх компонентів, що матимуть обмежену сферу застосування.

Туристська 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 їх підготовки відповідно до вимог ринку праці.

Вищі навчальні заклади визначають спеціалізації за спеціальностями, за якими відбувається підготовка фахівців освітньо-кваліфікаційних рівнів молодшого спеціаліста, спеціаліста та магістра. На основі цього формуються варіативні частини освітньо-кваліфікаційних характеристик освітньо-професійних програм та засоби діагностування якості вищої освіти.

Навчальні плани та програми навчальних дисциплін вищі навчальні заклади розробляють відповідно до освітньо-професійних програм та їх варіативних частин їх затверджує керівник навчального закладу,

Фахівець із туризму має володіти професіоналізованими знаннями та вміннями самостійного туроперейтингу та всіх видів туристських послуг, пропонувати готові конкурентоспроможні програми. Для цього потрібні знання про туристсько-готельний і ресторанный бізнес, технологічні особливості підготовки, розроблення і надання турів, особливості їх тематичного змісту, а також про правове регулювання туристської діяльності, екології, архітектури, етнографії тощо. Вказане міститься у галузевому стандарті підготовки фахівців для туризму.

Використання загальної методології розроблення стандартів до наукових пошуків у напрямі стандартизації підготовки з напрямку «Туризм» забезпечує теоретико-методологічні засади вирішення цієї складної і важливої проблеми, дає змогу обґрунтувати підхід до формування галузевих стандартів, який дасть змогу взяти до уваги специфіку, пріоритети та перспективи туризму в контексті освіти.

Відповідність туристської освіти вимогам сучасності слід розглядати насамперед в аспекті ролі та місця підготовки фахівців для сфери туризму, педагогічних напрямів і функцій, що стосуються навчання, наукових досліджень і наданих послуг, взаємозв'язку рівнів і форм освіти, особливостей розвитку освітнього процесу

Орієнтування на вказані пріоритети у розвитку вищої освіти допоможе подолати основний недолік технологічного підходу, який домінує у вищій школі, — орієнтування на репродуктивний тип навчання. Важливим напрямом розроблення проблем педагогіки туризму є теоретико-методологічне обґрунтування інноваційних технологій підготовки фахівців для цієї сфери. Закономірності професійної діяльності майбутнього фахівця галузі висувають певні вимоги до педагогічних технологій викладання і опрацювання змісту навчальних дисциплін, організування творчої навчально-пізнавальної діяльності студентів. Парадигму освіти, яка передбачала авторитарне, репродуктивне навчання, замінило розвивальне навчання, що стимулює пізнавальну активність і розвиток продуктивного мислення, формує творчу особистість. При цьому особливо важливі туристсько-краєзнавчий і рекреаційний види діяльності, їх вплив на формування людини. Розвитку продуктивного цілісного мислення студентів та підвищенню ефективності навчального процесу сприяють різноманітні засоби: унаочнення, активні форми та методи, інформаційні та комп'ютерні технології навчання.

Перед викладачами туризмознавства постають такі основні завдання: навчити студентів творчо, самостійно працювати з інформаційними матеріалами, освоювати систему знань, аналізувати та формувати своє бачення будь-якої проблеми, оцінювати події і явища власного буття; навчити студентів використовувати на практиці знання і вміння, знаходити шляхи вдосконалення та їх трансформації в реальних умовах ринкової економіки.

Практична підготовка впливає на виховання і розвиток усіх складових особистості, зокрема на розумовий розвиток. Особливо значуща практична підготовка для студентів IV рівня (магістр), оскільки підвищення кваліфікаційного рівня професійної майстерності потребує інтелектуальних умінь (бачити проблеми, висувати гіпотези і знаходити їх розв'язання тощо). Практична підготовка сприяє формуванню психологічної, комунікативної, фізичної, екологічної та естетичної культур.

З огляду на особливості професійної підготовки фахівців туризму і готельного господарства навчання слід вибудовувати на основі технократичної моделі з елементами гуманістичного підходу. На практиці це втілюється 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.

Зарубіжний досвід освітньої підготовки професіоналів туризму

У розвинутих країнах нагромаджено великий досвід підготовки фахівців для туризму. Його творче вивчення, узагальнення, критичний аналіз сприятимуть зростанню ефективності професійної освіти в Україні. Для порівняльного аналізу досвіду туристської освіти зарубіжних країн слід вказати ключові параметри, що визначають ефективність, якість навчання та виховання фахівців галузі: туристська освіта як складова національної системи освіти; структура і функції туристської освітньої системи; нормативно-правові основи функціонування системи туристської освіти; структура і сутність педагогічної системи туристських навчальних закладів; організація неперервної підготовки фахівців; управління системою туристської освіти.

Доцільно цілісно проаналізувати особливості підготовки фахівців для туризму в західноєвропейських країнах. Зарубіжні заклади мають певну специфіку, що відображає особливості туристського бізнесу країни, розвинутість інфраструктури власного туристського простору, мережу контактів, сформовану протягом багатьох десятиріч.

У більшості розвинутих країн поступово сформувалися бінарні системи вищої освіти, де поряд з університетським сектором (найчастіше він домінує за кількістю студентів) функціонують спеціалізовані заклади. З європейських країн бінарну систему вищої освіти мають Бельгія, Велика Британія, Греція, Данія, Ірландія, Нідерланди, Норвегія, Німеччина, Франція, Швейцарія та ін. Експерти з певними застереженнями зараховують до бінарних систем вищої освіти багато країн Східної та Центральної Європи.

Унітарна система вищої освіти охоплює лише університети, частка інших вузів становить лічені відсотки (Італія, Іспанія, Фінляндія, Швеція). Деякі експерти виокремлюють країни з інтегрованими університетами, до складу яких увійшли спеціалізовані середні та вищі навчальні заклади (Швеція, Іспанія) та країни, що належали до соціалістичного табору. У системах освіти пострадянських республік є багато невеликих монодисциплінарних університетів, що не підпорядковуються міністерствам освіти, наприклад, у Росії їх понад 50%. Збереження тенденції до створення різних видів закладів вищої освіти є логічним наслідком складності реформування такої інертної і консервативної системи, як університети класичного європейського зразка.

Англійська школа туризму найкраще зарекомендувала себе у світовій практиці. Так, «Корнуолл коледж» пропонує широкий вибір спеціальностей у своєму шестирівневому центрі. Є можливість обрати практичний чи професійно орієнтований курс навчання в межах програми отримання Національного диплома і Державної національної професійної кваліфікації. Багато навчальних програм подовженої освіти (А-рівня) і всі програми вищої освіти дають змогу просуватися до вищих рівнів навчання в університетах Великої Британії. У сфері туризму «Корнуолл коледж» пропонує кілька програм навчання за різними напрямками туризму. Наприклад, програма підготовки екскурсовода пропонує два рівні навчання. Програма першого рівня готує екскурсоводів кваліфікації третього щабля — «усний переклад і коментар для гідів». Цей блок призначений для тих, хто має бажання набути міжнародної кваліфікації, проводити екскурсії для туристів, пішоходів. Студенти, які досягають певних успіхів у цій справі, можуть супроводжувати групи туристів маршрутами визначних місць Корнуолла. Програма другого рівня готує екскурсоводів четвертого кваліфікаційного щабля — «екскурсовод із синім значком». Цей курс передбачає зацікавлене вивчення туризму і проведення екскурсій Корнуоллом.

«Корнуолл-коледж» має шість програм: сертифікат турагента; системи бронювання «Галілео» і «Сабре»; авіатарифи і квитки «Люфтганза»; національна професійна кваліфікація другого щабля — обслуговування подорожей; національна професійна кваліфікація третього щабля — обслуговування подорожей; національний диплом у сфері подорожей і туризму. Високу кваліфікацію у сфері готельного і туристського менеджменту надає Борнмутський університет. Він пропонує навчальні програми з різних дисциплін і має сім академічних шкіл. Основною рисою молодого співробітника вважають «самонадійність», що означає здатність упевнено, на основі самооцінки і вироблення потрібних навичок керувати своєю кар'єрою. Молоді фахівці в новому колективі мають виконувати функції поєднувальних ланок, бути членами команди, які ефективно працюють з іншими. Вони зобов'язані мати «широкий профіль» — володіти багатьма вміннями. Університет активно співпрацює з представниками індустрії і запрошує практиків для спілкування та роботи зі студентами.

Борнмут має зв'язки з університетами багатьох європейських країн, його студенти можуть продовжувати навчання в цих закладах. Університет приймає на навчання студентів із країн — членів ЄС.

Викладають в університеті професіонали, колишні практики, які привносять у навчальний процес передові професійні навички, вміння, знання, вимоги і якість. Виробнича практика дає змогу студентам застосувати набуті знання під час стажування в зовнішніх компаніях.

Університет пропонує такі навчальні курси: вищі національні курси, післядипломний курс, курс на отримання ступеня магістра, курси професійної кваліфікації та короткочасні. Він має почесне право надавати підприємцям, комерсантам або працівникам громадських служб національно визнані кваліфікації.

Значну увагу підготовці фахівців туризму приділяє Північна Ірландія. У найближчі 10 років у цій країні очікується зростання кількості туристів, тому підготовка кваліфікованих кадрів для обслуговування прибулих активізується.

Дублінський коледж працює за швейцарсько-американською моделлю навчальної програми (у якій поєднано принципи швейцарської гостинності й американського менеджменту).

В Ірландській вищій готельній школі менеджменту навчаються за такими програмами: комерційною, міжнародного готельного менеджменту, курсу бізнесу в міжнародному готельному менеджменті. Навчальний процес організовано інакше, ніж в інших школах: перший рік присвячено теорії, другий, включаючи літо, відведено для практики, потім знову рік вивчають теорії, а після останнього семестру на четвертому році навчання ще 11 місяців практики.

Англійська школа туризму і менеджменту має різновекторні програми підготовки за п'ятьма рівнями: «вступ», «основи», «національний диплом про вищу освіту», «ступінь», «післядипломний». Вони зорієнтовані на підготовку екскурсоводів, турагентів. Теоретичні курси поєднано з практичними заняттями, що орієнтують майбутнього професіонала.

Відомим навчальним закладом, який готує фахівців готельної справи, є Швейцарська школа готельного менеджменту. Її випускники працюють у готелях усього світу, а деякі з них відкрили власний бізнес. Програма навчання модульна: можна навчатися лише один рік і отримати сертифікат, а можна перебувати в Школі кілька років і стати магістром. Викладання всього комплексу бізнес-дисциплін здійснюється англійською мовою. Тут навчаються студенти з усього світу.

У Швейцарії функціонують десятки приватних шкіл готельного і туристського менеджменту. Дозвіл уряду на відкриття школи не потрібен, Власник сам визначає програму, рівень і якість викладання, а на практиці школа повинна мати надійну репутацію. Федеральна чи кантональна державна комісія з освіти або державний чи приватний університет можуть перевірити й акредитувати таку школу.

Перша школа готельного менеджменту з'явилася сто років тому саме у Швейцарії (Лозанна). Вона є однією з найавторитетніших у світі. Засновник школи добре розумів, що успіх у бізнесі гостинності забезпечать не лише технічні, управлінські чи комунікативні навички, а й особистості певного типу: відкриті, енергійні, дипломатичні, заповзятливі, які невимушено почуваються у будь-якій соціальній обстановці. Тому традицією школи є розвиток лідерських здібностей особистості і навчання злагодженої співпраці у команді.

Принцип поєднання академічних знань і професійної практичної підготовки втілюється в навчальній програмі, основою якої є комплекс дисциплін. Студентів готують до кар'єри в будь-якому секторі індустрії гостинності.

Випускники Лозанської школи працюють більше ніж у ста країнах світу, управляють найвідомішими готельними підприємствами, їх можна зустріти практично в усіх країнах.

Досвід Школи в Лозанні дає змогу простежити процес становлення науково-педагогічного комплексу міжнародного професійного закладу туристської освіти. Отже, система підготовки туристських кадрів у цьому закладі має такі особливості:

- орієнтування на тип відкритої, енергійної та контактної особистості, яка невимушено почуває себе в будь-якій соціальній обстановці;
- розвиток лідерських талантів і вміння випускника злагоджено працювати в команді;
- планування кар'єри студента-випускника в процесі навчання;
- реалізація міжнародного статусу програм навчання за напрямом і спеціальностями менеджменту гостинності та стратегічного управління;
- обов'язкове двомовне викладання професійних і спеціалізованих курсів та дисциплін;
- формування взаємозамінних умінь і навичок менеджменту, адаптованих до конкретних умов майбутньої професійної зайнятості;
- паралельне набуття навичок управління й здобуття прикладних знань у галузі гостинності;
- розвиток фахової підготовки на робочому місці на основі довузівської підготовки, з використанням зарубіжного стажування, інтегрованого в навчальний процес;
- упровадження професійного модуля навчання, тобто удосконалення полікультурного характеру спеціалізованої підготовки фахівця, який обирає в процесі навчання один із видів академічної програми або проходить двоступеневу процедуру прийому і вступу до Школи.

Провідна роль у реалізації французької методики належить найбільшій французькій транснаціональній туристсько-готельній корпорації та кільком іншим туристським системам і готельним мережам. Вони сформували міжнародну групу, представлену в 140 країнах, яку вважають європейським лідером. Співробітників цінують, заохочують їхню ініціативу та зміцнюють корпоративний дух. Велику увагу приділяють умінню злагоджено працювати в команді.

Група пропонує великий вибір професій для людей із різними соціальними і фізичними можливостями. Розвиток підприємництва — пріоритетна стратегія групи, яку реалізують менеджери з розвитку бізнесу, менеджери проекту, директори із розвитку бізнесу в країнах, що розвиваються. Вони пропонують багато програм професійної підготовки власним корпоративним організаціям. Їх розробляють з урахуванням бажань і вимог замовника. Професійну підготовку здійснюють і під час літніх курсів або протягом року на території замовника. Унікальність програм полягає в їх «подвійному ступені». Слухачі курсів одержують диплом, а також ступінь бакалавра наук менеджменту міжнародної гостинності (визнаного Асоціацією шкіл і коледжів Франції), що дає змогу продовжувати вищу освіту в будь-якому університеті світу.

Французьку методику готельного менеджменту реалізує також Школа готельного менеджменту, розташована в університетському місті Невшатель. Вона є членом французьких, швейцарських та міжнародних готельних і туристських асоціацій. Після закінчення трьох курсів її студенти отримують ступінь бакалавра мистецтв у сфері міжнародного управління гостинністю і туризмом та диплом про вищу освіту за спеціальністю «Управління готелями». Випускники можуть навчатися ще один (післядипломний) рік, після завершення якого одержують диплом за фахом «Функціонування готелів».

Щоб отримати ступінь бакалавра, студенти мають успішно виконати дипломну програму Школи Невшатель. Офіційний університетський ступінь, який надає Школа, визнано у всіх країнах — членах ЄС. Навчальний процес у Школі дуже інтенсивний. Студентів готують до роботи у напруженому режимі.

Інститут міжнародного менеджменту Ватель-Париж є одним з чотирьох вищих навчальних закладів готельного господарства Інституту Ватель у містах Парижі, Ліоні, Німі та Бордо. Філософія Інституту Ватель: «Усі теоретичні знання підтверджуються практикою». Інститут налагодив ділові контакти з національними і міжнародними групами готелів, індивідуальними власниками готелів і ресторанів, які, в свою чергу, стають партнерами в навчальному процесі, оскільки надають місця для проходження практики.

У Міжнародній академії менеджменту навчаються студенти з усього світу. Викладання здійснюється двома мовами — французькою та англійською. Це перший навчальний заклад туризму та готельного господарства в Європі, що відкрив навчання за американськими програмами для здобуття ступенів «бакалавр» та «магістр», які сертифіковані Інститутом американської асоціації готелів і мотелів. Навчання здійснюється впродовж 3-х років. Під час навчання студенти проходять практику та стажування в найкращих готелях: «Хілтон», «Холідей Інн», «Хайат», «Новотель», «Марріот» та ін.

Паризька школа готельного господарства і туризму була створена у Франції першою. Цей навчальний заклад приймає студентів більш як з 70-ти країн світу. Дипломи школи визнано в інших країнах Європейської спільноти. Завдяки наявності підприємств-партнерів її студенти мають змогу проходити стажування та набувати професійного досвіду.

У міжнародних мовних школах, розташованих на Мальті, працюють висококваліфіковані викладачі, фахівці з лінгвістичних дисциплін, методисти туристських освітніх програм, професори університетів, коледжів, запрошені лектори,

кожен з яких — фахівець у своїй галузі. Студенти навчаються у постійному творчому контакті з викладачами і мову освоюють не лише в аудиторіях, а й під час навчальних та виробничих екскурсій. Після успішного опанування курсу студенти отримують міжнародний диплом про закінчення мовної школи туризму, а також атестат успішності, у якому відображені успіхи з чотирьох основних мовних дисциплін: читання, письма, розуміння на слух і розмовної мови. Індивідуальний навчальний план кожного учня охоплює два етапи: формування фундаментальних мовних умінь; вивчення академічних дисциплін на основі здобутих лінгвістичних знань і вмінь. Гнучкий навчальний план, широкий вибір академічних дисциплін дають змогу кожному обрати структуру курсу, що задовольнятиме його вимоги. Метод «занурення» допомагає швидше подолати мовний бар'єр і навчитися вільно говорити іноземною мовою.

Вимога професійної туристської освіти — оволодіння іноземною мовою і зарубіжною культурою адекватна рівню зайнятості в індустрії туризму, а професійно орієнтована мовна підготовка націлена на формування не лише комунікативних умінь, а й лінгвокраїнознавчої компетентності, що передбачає цілісну систему уявлень про реалії країни, мову якої вони вивчають. Отже, впровадження зарубіжного досвіду педагогіки лінгвокраїнознавства разом із поглибленим вивченням зарубіжних культур забезпечує високу професійну кваліфікацію і компетентність майбутніх фахівців.

Сіднейська академія бізнесу й туризму — навчальний заклад в Австралії, що пропонує професійну підготовку. Академія акредитована Радою з професійних програм штату Новий Південний Уельс, а курси з туризму й готельного менеджменту мають відповідну акредитацію. Академія пропонує курси з бізнесу, туристського і готельного менеджменту, інформаційних технологій, нагляду за дітьми. Після вивчення відповідного курсу з бізнесу й менеджменту можна отримати сертифікат, диплом або вищий диплом. Усі курси побудовані на поєднанні теорії й практики. Студентів навчають методам керівництва, організування роботи, відповідним комп'ютерним програмам.

Школа готельного менеджменту при готелі «Інтер-Континентал» — єдиний в Австралії навчальний заклад, відкритий на базі діючого п'ятизіркового готелю. Вона належить до міжнародної мережі. 95% випускників знаходять роботу після закінчення навчання. Усі студенти вже на першому році навчання проходять оплачувану практику. Ця Школа готельного бізнесу пропонує курси різної спеціалізації. Після року навчання студентам видають сертифікат, який дає змогу отримати роботу в одній із трьох галузей: прийом і розташування гостей, сервірування харчів та напоїв, приготування їжі.

Американське товариство турагентів — найбільша у світі професійна туристська асоціація. Захищаючи права мандрівників і туристської індустрії, організація керується принципом «Чесність у туристській діяльності в усьому світі». Це товариство забезпечує своїх членів найпередовішими освітніми технологіями і надає усі наявні інформаційні ресурси; постійно перевіряє туристську сферу і виявляє нечесних операторів та інших службовців, домагається чесного суперництва. Воно було створене в 1986 р. і вважалася провідною асоціацією незалежних турагентів в індустрії подорожей, круїзів і внутрішнього туризму, продажу і поширення споріднених із туризмом послуг. Нині товариство налічує понад 1000 членів, має свій Етичний кодекс, якого зобов'язані дотримуватися всі члени організації. У цьому програмному документі визначена основна ціль діяльності Товариства — підвищення професіоналізму і збільшення прибутків агентів за допомогою ефективної пропозиції, освіти і професійної підготовки на основі визначення та задоволення потреб і запитів тих, хто подорожує. Туристи змушені покладатися на чесність і компетентність турагентів та інших представників індустрії, тому всі члени товариства зобов'язані вести справи в такий спосіб, щоб зміцнювати ідеали чесності в туризмі, і діяти відповідно до основних положень Кодексу.

Упродовж кількох років у межах Американського товариства турагентів діє Автоматизована коаліція освіти, яка вивчає потреби професійної підготовки для індустрії турагенцій.

Російський туризм теж накопичив чималий досвід навчання майбутніх фахівців. Тут сформована розгалужена система підготовки та перепідготовки кадрів фахівців туристської справи, розроблена методологія та методика освітньо-педагогічного процесу, туризм як суспільне явище теоретично осмислений у межах туристики.

Ще у 60—80-ті роки ХХ ст. радянська педагогіка активно досліджувала проблему суспільно-корисного значення пізнавальних і виховних масових форм спілкування молоді, а також професійної туристської світи. Питанням методології і дидактики організування навчально-виховного процесу присвячені праці Ю. Бабанського, В. Заг'язинського; загальної та професійної педагогіки — С. Батищева, В. Безпалька, А. Остапця-Свешнікова, В. Краєвського. Методичним орієнтиром науково-дослідної діяльності в галузі загальної та прикладної педагогіки стали публікації В. Сухомлинського та А. Георгієвської. Перспективними виявилися дослідження зв'язку педагогіки і психології, педагогіки, економіки і соціології В. Аванесова, В. Агеєвця і В. Гончарова, І. Голові-на і Є. Нікітіної, А. Деркача і А. Ісаєва, В. Жолдака та ін.

Теоретичні засади туризму (туристку) розробляли М. Ананьїн, П. Зачиняев і Н. Фалькович, В. Преображенський, Л. Ходорков, А. Абу-кова, Ю. Соколов, П. Олдак, В. Котляров, Н. Ничкало, і. Зорів, І. Зязюн, В. Квартальнов, О. Терехова. Російська громадсько-педагогічна думка створила і продовжує розвивати соціально-педагогічний підхід до формування і подальшого поступу системи професійної туристської освіти.

Загальним методологічним підходом у дослідженні підготовки фахівця в системі туристської освіти є уявлення, що система туристської освіти створена для підготовки фахівців, які задовольнятимуть запити туристського співтовариства. Така система, крім соціального замовлення, для успішного функціонування має отримувати від замовника (суспільства) відповідні ресурси — абітурієнтів, кваліфікований персонал, викладачів, робочий час, матеріальні та фінансові засоби. Викладацький склад організовує освітню діяльність із використанням відібраних відповідно до мети змісту, методів і засобів навчання.

Розуміння сутності туризму стало основою діяльності Російської міжнародної академії туризму (РМАТ). Вона організовує і проводить міжнародні навчальні та освітні заходи на основі договорів і співробітництва з навчальними закладами Російської Федерації, держав — членів СНД, Балтійського регіону і дальнього зарубіжжя як міждержавний освітній заклад із проблем туризму.

У структурі Академії налічується: 8 інститутів, у т. ч. Об'єднаний університет туризму для країн — членів СНД, 18 функціональних і територіальних факультетів, 29 кафедр, 182 ліцейні класи, 7 професійних туристських училищ, лабораторії обчислювальної техніки, технічних засобів навчання, телебачення і мультимедіа, студентський туринг-клуб,

рекламна студентська агенція, студентське наукове туристське товариство (СНТТ), тур агенція «Турингскулсервіс». Створено необхідні адміністративно-управлінські структури.

Академія забезпечує підготовку фахівців для сектора туризму і підвищення рівня професійних знань кадрів, зайнятих у сфері соціального туризму, — менеджерів, екскурсоводів, гідів-перекладачів, керівників туристських груп тощо. Вони вивчають основи сучасної економіки, економіку туризму, менеджмент, маркетинг, гостинність, малий бізнес, екологію, іноземні мови, комп'ютерні технології та ін.

Підготовка фахівців у РМАТ здійснюється на основі концепції багатоступеневої системи навчання кадрів туристської сфери за програмами кількох рівнів освіти. Положення концепції впроваджуються поетапно на основі всебічного розроблення змісту програм і умов їхньої реалізації, аналізу аналогічних відпрацьованих програм у країні, СНД і за кордоном. Академія проводить наукову діяльність та формує власні наукові школи. Основні напрями науково-дослідної діяльності повністю зорієнтовані на проблеми туристської сфери і відповідають профілю підготовки фахівців. Результатом досліджень є конкретні програми, які впроваджує Сенат Академії разом із зацікавленими державними і госпрозрахунковими структурами, зокрема, реалізується програма «Золота спадщина Русі», прийнято створену Академією Концепцію розвитку туризму в Московській області.

У межах договорів розроблено зміст програм навчання і стажування зарубіжних студентів, Студенти Академії теж стажуються і навчаються за кордоном. Професійно-оеттш програми зорієнтовані на практичну професійну підготовку, студенти мають змогу отримати кваліфікацію у сфері туристської діяльності, поглиблено вивчити іноземну мову.

РМАТ прагне якомога повніше впроваджувати методику безперервної освіти фахівців. Складовою професійно-кваліфікаційної структури є т. зв. кваліфікаційна піраміда, що складається з таких елементів: рівень менеджменту, рівень професійної підготовки, практичний досвід, кваліфікація.

Університетський цикл передбачає підготовку під керівництвом наукового керівника магістерської наукової роботи, успішний захист якої дає право на отримання диплома спеціаліста з вищою освітою (магістра туризму).

Кваліфікаційний цикл раніше мав обов'язковий нормативно-бюджетний характер, а віднедавна реалізується на комерційних умовах з широким використанням семінарської форми навчання.

Науково-педагогічний цикл зорієнтований на підготовку кандидатських і докторських дисертації переважно за спеціалізаціями туризму, це забезпечує систему безперервної освіти, розвитку знань.

Отже, підготовка кадрів для сфери туризму в Росії ґрунтується на розгалуженій системі, що охоплює професійне навчання, професійну та післядипломну підготовку.

Аналіз світових тенденцій розвитку туризму (туризм як засіб взаєморозуміння і поваги між народами і суспільствами; фактор індивідуального і колективного вдосконалення; форма здійснення зарубіжних зв'язків; сфера використання культурних здобутків людства; чинник економічного зростання країн) та міжнародного досвіду туристської освіти дав змогу окреслити практику підготовки працівників туризму в Європі, США, специфіку російської системи навчання фахівців туристської справи, визначити реалії та перспективи підготовки кадрів туризму в контексті європейської інтеграції. Методологічним підґрунтям аналізу міжнародного досвіду туристської освіти стало визначення основних тенденцій розвитку сучасного світового туризму. Індустрія сучасного туризму формує різноманітні сегменти з попитом на спортивний, пішохідний, човновий, пригодницький, сільський туризм та інші нетрадиційні види подорожей. Об'єктивно сприяють поступовому розвитку туризму в світі: економічні, науково-технічні, соціальні, культурні та міжнародні чинники. Світовий ринок туризму поділяється на регіональні та національні ринки, а найактивнішим учасником міжнародного туристського обміну став Європейський регіон. Тенденція поступального розвитку міжнародного туризму може стати основою розвитку іноземного в'їздного туризму в Україну. Істотну допомогу в розвитку вітчизняного туризму надає творче використання міжнародного досвіду підготовки кадрів туризму.

Аналіз практики підготовки працівників туризму в західноєвропейських країнах дає змогу дійти висновку, що у більшості розвинутих країн сформувалася бінарна система вищої освіти, де поряд з університетським сектором функціонують численні спеціалізовані заклади. Діє й унітарна система (університети).

Англійській, французькій, американській школам туризму властиві глибока фахова та мовна підготовка, зв'язок із практикою. Цінним є і досвід російської системи освіти фахівців туристичної справи, яка увібрала традиції аматорських і професійних об'єднань прихильників подорожей та мандрівок.

Узагальнення результатів вивчення професійної підготовки фахівців для сфери туризму у зарубіжних країнах свідчить, що до структури неперервної туристської освіти належать професійні школи, коледжі, інститути, університети, менеджерські курси у сфері міжнародного управління гостинністю й туризмом при університетах. Значний науковий інтерес становлять дослідження уніфікованої європейської моделі (ACCOR). Навчальним планам підготовки фахівців для сфери туризму в зарубіжних країнах властива варіативність. Безперечно, творче засвоєння цього досвіду посприє розвитку туристської освіти в Україні.

8. ПСИХОЛОГІЯ 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.

Концептуальні засади психології туризму

Перші психологічні дослідження туризму здійснили зарубіжні психологи Фабер (PFarber, 1954) і Різон (Reason, 1964), які окреслили їх предметне поле, найпоширеніші поняття цієї галузі знань. Російські вчені розпочали вивчення цієї проблематики наприкінці ХХ ст.

Теоретичні засади соціально-психологічних проблем туризму розвивають Р. Шаміонов. Т. Черняєва. Практичні рекомендації у сфері психології туризму відображені в праці Є. Лінчевського «Психологічний клімат туристської групи», у якій розглянуто психологічну тактику управління групою, наведено рекомендації для керівників щодо розвитку й удосконалення навичок спілкування. В. Квартальнов у праці «Біосфера і туризм» зосередився на дослідженні соціально-

психологічних аспектів туризму і його виховних, пізнавальних, рекреативних, гуманітарних та соціокультурних проявах. Він розкрив соціально-педагогічні впливи туризму на людину, її розвиток (фізичний, тілесний, предметний, духовний, інформаційний, ціннісний, моральний, евристичний; соціально-поведінковий в суспільному середовищі та ін.) з дитинства і до дорослого віку

В Україні перспективи розвитку туризму, його філософські аспекти, проблематику гуманізації цієї сфери, розвитку туристської освіти, психолого-педагогічні проблеми підготовки кадрів вивчають В. Федорченко, В. Цибух, Л. Лук'янова, Н. Фоменко, багато зробили у цьому напрямі Л. Поважна, В. Пазенок та ін.

Туризм, за визначенням А. Квартальнова,—це здійснювана людьми діяльність щодо розвитку й удосконалення їх інтелектуальних і фізичних якостей та здібностей. Оперуючи цими поняттями і категоріями, що становлять насамперед предмет вивчення психології, туризмології мало приділяє уваги їх психологічному змісту. Туризм також характеризують як вплив на суспільство загалом і конкретних людей за допомогою виконання певних функцій економічного, соціального, екологічного і гуманітарного характеру [165]. 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 розглядаються 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, що 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 сут-нісних ознак і характеристик, понятійно-категоріального апарату, що 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, що досліджує психологічні явища в туризмі в контексті проблем, пов'язаних із взаємодією людей у цій сфері, їх загальною й індивідуальною діяльністю. Поява якісно нового утворення — групового суб'єкта діяльності (туристської групи, спільноти та ін.) — 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 туристської діяльності.

Об'єктом дослідження в психології зазвичай визнають психіку як форму життєдіяльності людини і тварин. Активне пізнання дійсності притаманне лише людині, яка у суспільній практиці змінює і глибше осягає світ. При цьому спілкування розуміють як обмін інформацією в процесі міжособистісної взаємодії, розуміння та як діяльність — активність, спрямовану на досягнення свідомо поставлених цілей, пов'язаних із задоволенням потреб та інтересів людини, на виконання вимог до неї з боку суспільства. Відповідно об'єкт дослідження психології туризму має корелювати з об'єктом загальної психології у співвідношенні конкретного з загальним. За такого підходу об'єктом дослідження психології туризму є особистість із притаманними їй психологічними характеристиками та властивостями, які проявляються і реалізуються в туристській 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; туристська група як різновид соціальної; управління сферою туризму.

Предметом дослідження психології є психічні процеси (відчуття, сприймання, пам'ять, мислення та ін.), властивості (рішучість, наполегливість, витримка тощо) і стани психіки (спокій, зацікавленість, стурбованість). Їх специфіка залежить від індивідуально-психологічних особливостей людини — темпераменту, характеру, здібностей [124]. Усі психічні явища виявляються як дії і вчинки особистості, у котрих формується діяльність, якою вона активно перетворює зовнішній світ. У такому аспекті психологія туризму має досліджувати психологічні явища в туризмі в контексті проблем, пов'язаних із взаємодією людей у цій сфері, їх загальною та індивідуальною діяльністю.

Отже, предметом дослідження психології туризму є психологічні характеристики суб'єктів туристичної поведінки і діяльності, які у сукупності розкривають туризм як ПСИХОЛОГІЧНИЙ феномен. При цьому туризм розглядають як соціально-психологічний інститут, основною функцією котрого є управління проявами психологічних властивостей і характеристик особистості туриста, що виявляються у поведінці та діяльності; соціально психологічними особливостями формування туристських 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 та ін.). 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 прогнозування. 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, що 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 їх 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, що прямо або опосередковано задіяні в системі управління сферою туризму (клієнти, менеджери турфірм та ін.), у процесі прийняття конструктивних управлінських рішень, планування і контролю процесу управління, зважаючи на психологічну специфіку сфери туризму;
- 8) розвивальна, що 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.

Поняття та категорії психології туризму формують мисленнєвий апарат розуміння і опису психічних процесів та явищ у сфері туризму, своєрідну психологічну мову дослідження, аналізу, інтерпретації його результатів. Психологічні категорії — це основні найзагальніші поняття психології, що відображають об'єктивну психологічну дійсність в узагальненому вигляді, її становлення, розвиток і утвердження. Їх поділяють на основні та специфічні.

Основні категорії психології є родовими для всіх рівнів психологічного знання: психіка, психологічне пізнання; психологічні факти, закономірності і механізми; психічні процеси, властивості, стани; соціально-психологічні феномени; людина, особистість, поведінка, діяльність, спілкування та ін. Специфічні психологічні категорії притаманні саме психологічному баченню і опису предмета психології туризму (туризм, турист, туристична діяльність, туристська група, управління туризмом). Частина із них запозичена з туризмології.

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, концепція відношень у структурі особистості К. Роджерса, теорія рефлексорної діяльності І. Павлова, теорія генетичної психології Р. Костюка, Ж. Піаже, С. Макси-менка, теорія біхевіоризму Уотсона; гештальт-психологія Вертгеймера, 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 російських і вітчизняних дослідників феномену туризму В. Квартальнова, Р. Шаміонова, Т. Черняєвої, Е. Лінчевського, В. Федорченка, В. Цибуха, Л. Лук'я нової, 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, що 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 адекватні поставленим завданням методи психологічного дослідження. Головні методи застосовують при аналізі організування туристичної діяльності, розв'язанні 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 та ін. (тестування); 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 туристських 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).

Отже, психологія туризму як наука має свою методологію і методи, що сприяють її розвитку, розширюють поле досліджень і науково обґрунтовують отримані емпіричні дані.

Соціально-психологічні аспекти туризму

У контексті вивчення туризму методами психології слід 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 їх вивченні зосередився В. Квартальнов.

У багатьох дискурсах розглядають інтраіндивідуальні, інтеріндивідуальні та групові процеси в контексті соціально-психологічних аспектів туризму,

Інтраіндивідуальні процеси. Суспільне сприйняття і пізнання формують соціально-психологічні процеси, що дають змогу осягнути соціальний світ. 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. Брувер (1984) розмежовує загальні та індивідуальні стереотипи, що існують у жителів стосовно туристів. Дослідник Мак-Кенел (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. Еванс-Притчард (1989) вбачає у стереотипах позитив, оскільки вони спрощують механізм керування невідомими взаємодіями. На думку автора, компетенція влади також важлива в упорядкуванні суспільних взаємодій. Шелдон і Вар (1987) дійшли висновку, що корінні жителі вважають туризм явищем, яке спричинює проблеми для пересування, підвищує рівень проституції, зміни в структурі родин.

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

Інтеріндивідуальні процеси. У цьому разі досліджують процеси, що 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. Спостерігається різна дружелюбність культур, розосереджених у просторі та часі. Існують також дослідження змагань за ресурси між гостем і хазяїном (можлива агресія від сторони, що обороняється). Однак рівень аналізу мало використовується при вивченні туризму і соціальної психології загалом.

Групові процеси. Як правило, група має лідера. У дослідженні Тафта (1977) об'єктами були гіді, які мали певні якості лідера. Він дійшов висновку, що найкращими гідями можуть бути талановиті представники культури приймаючої сторони. Гатто (1977) розглядав гідів як «материнські» фігури, що поширюють місцеве сприйняття на своїх «залежних дітей». Лопекс (1980) вказував, що труднощі в спілкуванні або авторитарний стиль гідя можуть завадити проведенню туру, і запропонував провести вивчення задоволення, одержаного від групових поїздок і рівня освіченості гідя.

Зарубіжні дослідники (Счучет, 1983) зазначали, що люди отримують задоволення від можливості бути членом групи і мати спільні погляди, а також винагороду у вигляді товариськості і безпеки; туристські групи допомагають подолати кризи, зумовлені розлученням або важкою втратою тощо.

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» усередині 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» (Фрідген, 1984, Стрингер, 1984). Іміджі — це схеми, у яких люди і місце їх перебування є важливими елементами. Наприклад, Рілі і Палмер (1976) намагалися дослідити імідж людей на курортах, Морелло (1983) — різні країни як місця подорожей. Юрба викликала інтерес у психологів, оскільки її асоціюють із урбанізацією і зумовленим нею стресом, Люди, які його відчувають, 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 вичерпується 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 використовуються в маркетингу туризму.

Зміни в мотиваціях при виборі подорожі спричинюють негативні наслідки для туристичної фірми. Неуважність до настроїв, моди, загальної політико-економічної ситуації і безлічі інших факторів, що 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.

9. КОНФЛІКТОЛОПЯ ТУРИЗМУ

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 (боротьбу) принципово відмінних позицій сторін.

Конфліктність туристської сфери як методологічний принцип аналізу

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.

Конфліктогенна природа туризму закладена в його глибинній сутності: цікаві подорожі — це бажана мета, винагорода за буденну працю і водночас, за Біблією, покарання: «Сказав Господь Каїну мандрівником і заволокою будеш ти землі».

Основною ознакою туризму за конфліктологічного підходу є принципова опозиція «свій світ» — «інший світ». Ознайомлення із соціальними надбаннями, культурою, природою і побутом близьких та далеких народів з метою мати власне уявлення про «інший» світ є спонукальним мотивом туристичної подорожі і водночас змістом того, що відбувається з туристом у буттєвому вимірі.

«Свій» світ зазвичай постає близьким, відомим, зрозумілим, тобто відповідає внутрішньому єству туриста, «інший» — це невідома земля, що відкриється тільки на короткий час подорожі. Конфліктність у зіткненні «свого» та «іншого» світу

описана ще у давньогрецькій міфології, зокрема в «Одісеї». Не варто перебільшувати її, оскільки «інший» світ в уявленнях туриста зовсім не означає «чужий», як у деяких морально-релігійних концепціях. Але при здійсненні міжнародної туристичної подорожі розбіжність між «своїм» та «іншим» стає об'єктивним підґрунтям можливих конфліктів. В Італії передбачено штраф до 500 євро за паління в присутності жінок і дітей віком до 12 років, що для туриста з країн СНД видається неймовірним. Конфліктним у своїй основі є і відчуття зверхності свого народу над іншими.

Р. Льюїс вказував, що небагато знайдеться країн у всьому світі, де б люди в глибині душі не вважали себе розумнішими, кращими, чи принаймні нормальнішими за інших [80]. Відповідно, якщо певна культура вважає себе нормальною, то інші — якісно відрізняються. Організування, порядок, звичаї та стиль поведінки «іншого» світу здаються незрозумілими чи дивними. Іспанці не сприймають обмежень на вільне пересування, можуть запізнитися на 30 хв., адже це є майже національною традицією. Німця обурить запізнення партнера на ділову зустріч на 3 хв., а перенесення запланованої зустрічі на півгодини викличе справжній шок.

Поняття «світ» постає сукупністю природного середовища, соціального та конкретно-людського способів буття.

Другою важливою ознакою туризму є глибинна експансія — намагання розширити поле засвоєння світу і в ширину, і у глибину. Туристів стримують лише природні та соціальні (державні) бар'єри. Смысл соціальної стримувальної межі полягає у тому, що кожна з держав має небажані для огляду іноземцями місця, інколи цілі регіони з погляду збереження державної таємниці (об'єкти стратегічного, військового призначення), релігійні святині, регіони, що зашкодять позитивному іміджу держави (місцевості, де зубожіння населення, бруд, хвороби чи злочинність надто помітні). Намагання туристів пізнати все вступає в суперечність із соціально-державними обмеженнями. Наприклад, у Лівії, Північній Кореї, Ірані арешти туристів призводять до конфліктів на міжнародному рівні.

Третя ознака туризму у контексті конфліктологічного аналізу — суперечність між енергетизмом, що внутрішньо закладений у феномен туризму, і його формальною організацією. Організування туристичної подорожі передбачає чіткий розклад, упорядкованість маршрутів, обов'язковість певних побутових елементів життя. Така визначеність, численні обмеження дій суперечать самодіяльності та самоактивності туристів. Представники поліактивних культур (за визначенням Р. Льюїса) звикли робити кілька справ одночасно, змінювати щоденний графік, діяти у незапланованому порядку. Коли люди, які належать до моноактивної культури (німці, швейцарці, американці та ін.), стикаються з людьми культури поліактивної (іспанці, латиноамериканці, португальці), вони відчувають взаємне роздратування, незбігання життєвих ритмів, тому виникають постійні конфлікти [80]. Можливий конфлікт між зовнішніми культурологічними обмеженнями поведінки туриста і звичаєвою поведінкою. Так, при відвідуванні Ватикану прочанам видають одяг, який відповідає нормам католицької моралі та ригористичним настановам церкви з метою недопущення конфлікту. Однак, ймовірно, від чає туристичної подорожі у новому соціальному середовищі людина прагне відмовитися від рутини із встановленим дрес-кодом.

Четвертою ознакою туризму є багатопланова взаємодія між людьми при організуванні та здійсненні туристичної подорожі. Професійні, сімейні, політичні, релігійні об'єднання за інтересами створюють на основі певної єдності тривалих інтересів та мотивів. Туристичні групи — це тимчасові об'єднання людей з різними віковими, національними, культурними характеристиками, внутрішньо вони малоорганізовані. На основі інтегративної сукупної несхожості характерів, цінностей, потреб можливі міжособистісні конфлікти. Часу подорожі недостатньо для створення мікросоціальної культурної єдності туристичної групи.

Існує думка, що в сучасному світі проявляється тенденція до зближення культур, однак це не завжди так. Наприклад, у Великій Британії велика частка прибулих мусульман успішно асимілюється, однак багато дотримуються традицій — носять особливий одяг (хіджаб та нігаб). Канцлер ФРН А. Меркель і прем'єр-міністр Великої Британії Д. Камерон на початку 2011 р. заявили про «провал політики полікультурності».

Туризм у сучасному світі є одним із важливих економічних факторів, у цій сфері зайнятий кожен 15 працівник у світі. Саме тому він потенційно є джерелом економічних конфліктів, особливо між очікуваним рівнем якості туристичного сервісу та реальним. Найбільш конфліктогенним чинником вважають різницю між заявленим рівнем транспортних, готельних послуг і фактичним рівнем обслуговування. Конфлікти економічно-правового типу розв'язати на цивілізованих засадах вкрай складно. «Конфліктів тут більше, ніж дискусій та переговорів. Вони є ескалацією протистояння в сфері принципово обумовлених зіткнень, які порушують особистісний та міжособистісний спокій», — зазначив Дж. Скот.

Вказані особливості туризму у світлі конфліктологічного підходу не вичерпують змісту цього феномену, особливо у комунікативному, естетичному, гуманістичному аспектах, але дають змогу передбачити основні типи конфліктів та запропонувати шляхи їх подолання.

Типові та нетрадиційні прояви конфліктів у сфері туризму

За всієї багатоманітності проявів конфліктної взаємодії їх можна згрупувати для вибору типових стратегій подолання конфліктів. Смысл 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 їх 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, Революції у низці арабських країн взимку 2010—2011 рр. (політичні конфлікти значної інтенсивності) помітно вплинули на вибір поточних та майбутніх туристичних подорожей.

Людина в туризмі загалом налаштована на уникнення боротьби і суперництва, спокійно-споглядальне ставлення до світу, повагу до інших культур і порядків, але при цьому 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, що 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, як правило, 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, яка є носієм іншої культури;
- конфлікти між туристичною агенцією, яка надає послуги, турфір-мою, організатором та конкретною туристичною групою чи туристом, які порівнюють рівень організації з заявленим і своїм досвідом тощо;
- міжособистісні та внутрігрупові конфлікти, які виникають усередині туристичної групи як тимчасового мікросоціуму;
- внутріособистісний конфлікт.

Крос-культурні конфлікти виникають там, де безпосередньо стикаються світоглядні та поведінкові елементи у міжнародному туристичному обміні. Вітчизняні дослідники наголошують, що міжнародний туризм ґрунтується на повазі до національної культури та історії кожного народу, основних інтересах усіх держав. Однак крос-культурні конфлікти мають об'єктивний та суб'єктивний аспекти, а тому іноді виникають незалежно від бажання людей. Об'єктивним аспектом таких конфліктів є особливості та відносна замкнутість певних культур на землі, що ускладнює комунікацію між ними. Британський історик А. Тойнбі зауважував, що замкнуті культури (незалежно від їх кількості) постають чужими для інших, навіть окремих, культурних елементів: «слід очікувати труднощів, коли окремих культурний елемент потрапляє у чуже середовище» [143].

На початок другого десятиріччя XXI ст. культурна опозиція (протистояння) «Схід — Захід», «Південь — Північ» стала чітко вираженою. У культурології проблему співвідношення східної та західної цивілізацій переосмислюють заново. Існує думка, що Схід — це традиціоналізм, консерватизм і універсалізм локального типу (держави, міста, люди, сім'ї та культури), а Захід — динамізм цивілізації загалом, діяльна активність, жорстка життєва конкуренція, мало обмежена свобода особистості, інтернаціоналізм, моральна і поведінкова розкутість.

Переконання у замкнутості культур перешкоджає порозумінню і пристосуванню до іншого культурного світу. Наприклад, сучасні фахівці і Великої Британії вказують, що у співробітників домінують уявлення про культури країн Сходу, Африки (як правило, у зонах конфліктів), сповнені страхом, навіть ворожістю. Американські менеджери, у свою чергу, вказують, що «японські бізнесмени вважають людей із Заходу чужими» [37].

Суб'єктивний аспект крос-культурних конфліктів полягає у глибоко вкоріненій у свідомість певного культурного середовища та окремих носіїв культури відчуття переваги, зверхності. Наприклад, Е. Кемпфер так описав прийом нідерландських торговців правителями Японії у XVII ст.: «Як тільки начальник увійшов в залу, почувалась гучна команда «Толанда — капітан», яка була знаком підійти ближче та вклонитись, а далі повзти і наблизитися до вказаного місця між подарунками, покладеними належним способом» [91].

Поведінкову культуру кожного народу формують національні традиції, історично закріплені правила поведінки та норми міжнародного спілкування, спричинені процесами глобалізації. Хазяї не тільки налаштовані на гостинність, а й очікують від гостей уваги, інтересу, поваги до звичаїв. Так, туристи, які прибувають до африканських країн, мають зважати на культурно-національні традиції на континенті, де співіснують майже 400 етнічних груп, деякі з них пізнають світ через Інтернет, а деякі суворо дотримуються законів «кровної помсти» та схвалюють випадки людожерства. Шанований на континенті мислитель із ПАР Кредо Мутве наполягає, що повага до регіонально-етнічних африканських традицій важлива для порозуміння між представниками «чорної» і «білої» рас, а також для зменшення кривавих ексцесів у самій Африці. Туристу, який подорожує країнами Африки, слід зважати як на замкнутість культур етносів, так і їх численну різноманітність, несхожі рівні розвитку. ПАР, Єгипет, Лівія, Алжир, Туніс, Марокко давно контактують з Європою, а деякі країни Центральної Африки перебувають на рівні первісного ладу, їм властиві шаманство, ідолопоклонство. Європейці, ймовірно, зіткнулися з жебрацтвом місцевих жителів, вимогами давати хабарі, починаючи з чиновників митниць в аеровокзалах, незвичними способами привітання та пригощання (наприклад, молоком). Для запобігання конфліктам корисно пригадати африканську говірку: «У селище, де живуть одноногі, слід ходити на одній нозі». Слід зважати також на постійні політичні конфлікти всередині африканських країн (Сьєрра-Леоне, Конго, Зімбабве, Кот-д'Івуар, Лівія): улітку 2008 р. у Малі було вбито чотирьох французьких туристів, у Марокко туристи стали заручниками внаслідок конфлікту між владою та визвольним рухом «Полісаріо», у 2010 р. уряди західних країн не радили відвідувати Сомалі, Кот-д'Івуар.

Новим видом конфліктів у Африці є вороже ставлення чорношкірого населення до прибулих білих, яких ототожнюють із колонізаторами (вигнання білих фермерів в ПАР, піратство біля берегів Сомалі тощо).

Великі розбіжності між носіями європейської культури та ісламським світом. Загальним шаблоном є ототожнення ісламського фундаменталізму з міжнародним тероризмом, який засуджує ісламська спільнота. Культурні розбіжності між мусульманським та європейським світами зумовлені насамперед тим, що поведінку та життя мусульман регулює релігія, закони шаріату, у приписах яких чітко визначено догматичні, філософські, моральні, правові та повсякденні поведінкові елементи: «віра, слово, справа». Тому не слід допускати навіть найменших критичних натяків щодо ісламу та його практичних настанов. Крім того, уявлення європейських туристів про життя ісламських народів деяких країн (Афганістан, Ірак, Пакистан) занадто мілітаризоване. Кореспонденти визнають, наприклад, що афганці — це привітні та люб'язні люди. Європейські (У. Ватт) та вітчизняні (І. Арзуманов, В. Лубський) дослідники мусульманства виступають проти стереотипів «войовничого ісламу». Однак у Корані стверджується необхідність боротись з невірними. Туристам із певних регіонів слід завжди зважати на ризики, зумовлені наявністю радикально налаштованих угруповань. Демонстрування миролюбності, поваги до культури, релігії, побуту людей у ісламському світі допомагає уникати конфліктів.

У Латинській Америці майже безперервно тривають сутички, зумовлені боротьбою за владу всередині країни: змагаються політичні партії (Ямайка), революційні рухи марксистської або антимарксистської спрямованості (Колумбія), повстанці з урядовими силами (Мексика). Партизанська боротьба на континенті триває у різних формах, із різною інтенсивністю залежно від країни, але вона є перманентною у Колумбії, Мексиці, Болівії, Ямайці.

З'являються нові соціополітичні чинники збільшення конфліктності на субконтиненті — ліворадикальні політичні рухи перемогли у Венесуелі, Болівії, Нікарагуа, що спричинило напруження у відносинах з іншим, «буржуазним» світом.

Зменшенню конфліктності, крім знання внутрішньополітичної обстановки на континенті, слугує і розуміння у відмінностях у темпераменті, стилі життя, розподілі годин доби: так, турбувати місцевих жителів під час післяобідньої перерви «сіести» вкрай небажано. Отже, терпимість, толерантність, повага є обов'язковими чинниками, що сприяють уникненню конфліктів. Однак туристам не варто переоцінювати рівень безпеки у багатьох країнах.

Подолання конфліктності у туризмі

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, як правило, 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 об'єктів конфлікту.

Жителі Південної Америки (латиноамериканці) надмірно емоційні, пристрасні, шанують авторитетну владу, у конфлікті, як правило, поступаються сильній стороні. Рішення на переговорах приймають відповідальні особи, у разі конфліктної взаємодії важливе значення має збереження честі, гідності, репутації.

Представники США та Канади емоціям не надають великої ваги, у ділових контактах стримані. Американці прагнуть формально точного розв'язання проблеми, а не примирення чи теплих відносин. Цінують силу, вміння працювати колективно. Американці і канадці часто рішення приймають на основі аналізу витрат на ведення конфлікту та очікуваного результату. Збереженню репутації великого значення не надають, у суперечках об'єктивні, готові сприймати вагомі аргументи.

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. Вона передбачає ознайомлення з історією країни (регіону), етнокультурними традиціями, звичаями, соціально-політичною та релігійною ситуаціями, у т. ч. можливими ризиками та небезпеками. Туристичні агенції мають пропонувати потенційним туристам довідкові видання, ситуативні огляди ситуації в регіонах, аналітичні доповіді, а також пам'ятки та листівки. Наявність інформації у мережі Інтернет полегшує ознайомлення, однак слід зважити, що вони не завжди правдиві.

2. Формування навичок крос-культурного спілкування, відповідної поведінкової культури у місцях, де зосереджені культурні та духовні цінності країни чи регіону. Такі об'єкти мають велику культурну цінність, матеріальне і духовне значення, тому їх захищає міжнародне право. До них належать: пам'ятки архітектури, твори мистецтва, рукописи, книги та наукові колекції; ансамблі будинків; будинки, призначені для зберігання та експонування рухомих культурних цінностей (бібліотеки, музеї, сховища культурних цінностей), центри, в яких зосереджені об'єкти культури. При виникненні конфлікту туристичної групи з місцевою владою чи органами, які переймаються захистом культурних цінностей у жодному разі не можна його загострювати, а запропонувати моральне та матеріальне відшкодування завданого збитку з виявленням знаків поваги до населення і культурних цінностей. Неприпустиме намагання вивезти у свою країну культурні артефакти, пам'ятки старожитності, історичні документи, предмети релігійного культу, шедеври мистецтва, а кримінальними кодексами багатьох країн за це передбачені суворі покарання.

3. Обмеження матеріально-предметної діяльності туристів у заповідних, святих місцях, у центрах, де зосереджені пам'ятки культури, матеріальні та духовні цінності. Таким новаторським терміном позначено зорієнтованість туристів на споглядально-пасивну поведінку, недопущення навіть доторкання до культурних цінностей. (У багатьох країнах Далекого Сходу навіть дотик до тіла іншої людини чи рукостискання сприймають як неприпустиме явище.)

Роз'яснення вимог до міжнародної туристичної подорожі є одним із ефективних способів запобігання крос-культурним конфліктам. Кожен з учасників подорожі має чітко уявляти свої права, визначені, зокрема, у Гаазькій конвенції 1982 р., а також обов'язки та відповідальність як громадянина — представника своєї держави.

У туристській сфері виникають не лише зовнішні конфлікти (між тургрупою і зовнішнім середовищем), а й внутрішні. Конфлікт внутрігруповий — це загальна назва для різновидів усередині туристичної групи. Л. Фуллер [176] стверджував,

що конфлікти подібного типу зазвичай виникають і тривають доти, доки в групі не розроблено певні регулятивні механізми на основі встановлених групою правил поведінки.

Туристична група — це штучно створене, тимчасове об'єднання різних за соціокультурними та психологічно-емоційними характеристиками людей незалежно від їх бажань та уподобань. Туристична агенція не надто переймається принципами формування конкретної групи. Головним об'єднувальним мотивом є задоволення потреби у здійсненні подорожі та споживанні певного продукту туристичної галузі.

Туристична група у соціально-психологічному сенсі — це специфічне колективне явище, центром якого є система міжособистісних відносин, що проявляються у формі індивідуально-групової активності у замкнутих місцях тимчасового перебування. Сукупність індивідуальних цінностей формує ціннісно-орієнтаційну єдність групи. Формування групи за психофізичною сумісністю нераціональне, її утворюють ситуативно-спонтанно з різних осіб за професійними, соціальними, віковими, тендерними ознаками. Як правило, досить швидко в межах цього об'єднання виявляється прихована потреба в розподілі функцій, встановленні певних правил, повноважень, свобод тощо. Доречним при цьому буде структурування відносин як тип переговорного процесу.

Основні функції туристичної групи поділені на формальному рівні між керівником (інструктором) групи та її учасниками, серед яких можуть бути незадоволені, складні, асертивні, акцентуовані та конфліктні особи.

Незадоволеність — це психічний стан, за якого домінантою пачутів є негативна реакція на задоволення її потреб. Відчувши незадоволеність, людина починає активно діяти для зміни обставин. Підґрунтям незадоволеності найчастіше є суттєва різниця між рівнем очікуваних сподівань та реаліями туристичної подорожі. У туристичній групі така незадоволена людина постійно пред'являє вимоги до супутників як в середині, так і за межами групи, що потенційно є джерелом зіткнень і конфліктів.

Складній за характером та особливостями емоційно-психологічного складу особі властиві різні дисбаланси, різкі зміни настрою та типу ставлення до оточуючих. Така людина вносить нервозність у стосунки, висуває завищені вимоги до поведінки людей та умов подорожі

Асертивна особистість потребує постійного самоствердження, Асертивність проявляється також у тому, що така людина переконує інших, що потребує допомоги та більш позитивного ставлення. Асертивна поведінка завжди конкретна і обмежена. Вимоги інших супутників асертивна особистість сприймає лояльно, що сприяє конструктивному діалогу.

Акцентуованість (поняття, запроваджене К. Леонгардом) означає надмірну вираженість деяких рис характеру, поєднання яких призводить до внутрішніх та зовнішніх конфліктів, Акцентуована особистість має вибіркочувальність до деяких зовнішніх впливів за нормальної чи підвищеної несприятливості до впливів інших.

У конфліктній особистості підсумовуються всі вказані риси характеру, що зумовлює індивідуальні конфлікти. У конфліктних осіб домінують; неадекватна самооцінка своїх можливостей і здібностей, які контрастують з оцінками оточуючих, прагнення до лідерства у будь-яких ситуаціях, надмірні прямолінійність і принциповість.

Особливо заважають формувати сприятливу атмосферу агресивісти, скаржники, мовчуни, песимісти, всезнайки та ін. Агресивісти постійно чіпляються з претензіями до оточуючих, висловлюють уїдливі зауваження, дратуються, поводяться невірноважено. Скаржники, уникаючи відповідальності, постійно на когось або щось скаржаться. Мовчуни нездатні висловити своє незадоволення (задоволення), що теж ускладнює спілкування. Песимісти налаштовані на невдачі, відчують постійне занепокоєння.

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. Посередник у конфліктній ситуації допомагає всім «зберегти обличчя», незважаючи на неминучі вчинки кожного (Д. Черткофф та Д. Ессер). Вчинки начебто адресовані посереднику, конфліктуючі погоджуються також на прохання посередника.

Стиль згладжування зумовлений переконанням людини, що не варто сердитися та дратуватися за будь-яких обставин, адже туристська 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 відчути 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, що 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». Запобігає конфлікту недвозначно сформульований договір, встановлення двосторонньої відповідальності за порушення його умов.

Складні соціально-політичні, економічні, етнонаціональні процеси, що відбуваються в сучасному світі, позначаються і на стані туризму. Його позитивні функції не відмінюють 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.

10. ПРАВОЗНАВСТВО І ТУРИЗМ

Виникнення та розвиток подорожей і туризму як найважливішого каналу культурного спілкування і співробітництва народів — закономірний результат прояву загальної тенденції до контактів і взаємодії. Ще у давні часи постала необхідність у правовому забезпеченні мандрівників.

Правові основи туризмології (туристське право)

Розвиток законодавства у сфері туризму як на теренах України, так і у світі має тривалу історію. Його положення ґрунтуються на традиціях, звичаях та законах різних епох і народів.

Історичне становлення правового регулювання туризму. Перші безпосередні згадки про правила подорожування, нормативи та стандарти гостинності містяться у давніх письмових джерелах: «Салічний правді» (XI ст. н. е., Франська держава), «Капітулярії» Карла Великого (початок IX ст.), «Саксонському зерцалі» (перша половина XIII ст., Німеччина), Литовських статутах (1566), «Великій Хартії вольностей» (1205), Законах Едгара (959—975, Англія). Правила переміщення з одного міста в інше, дозвольна система пересування територією князівства, які є прототипами договорів надання гостинних та інших послуг, пов'язаних з мандрівками, містяться у «Руській правді» Ярослава Мудрого (IX ст.) та Статуті Святого князя Володимира (XI ст.).

Торгові двори в чужих землях створювали відповідно до певних правил поведінки і торгівлі німецьких купців, розміщених у книзі «Скра», що означає «Книга законів», «Судебник». Вона регламентувала користування, поведінку, проживання, внутрішній розпорядок і відносини з місцевим населенням усіх без винятку користувачів. На правопорушників накладався штраф. Наприклад, «Скра» містила статті щодо оплати послуг за проживання, які мали всі елементи сучасного прейскуранта.

Перший відомий орендний договір датують 1402 р. Відповідно до нього Готський двір було здано в оренду на 10 років обцини купців, яка мала платити за кожний рік по 5 марок готською валютою. Потім цей договір неодноразово пролонгували. «Скра» найповніше характеризує діяльність німецьких гостьових дворів того періоду. Це найдавніший правовий документ, який зберігся дотепер і був основою організації готельної справи у середньовічному Новгороді. За три з половиною століття функціонування в Новгороді Німецького гостьового двора відомо сім редакцій цього документа.

У Радянському Союзі спеціальних законів у галузі регулювання туристської діяльності не було, але важливу роль в удосконаленні організації та управління туризмом і екскурсіями відігравали спільні постанови, прийняті на державному рівні та на рівні громадських організацій. Наприклад, у 1969 р. було затверджено постанову ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР та ВЦРПС «Про заходи подальшого розвитку туризму та екскурсій в країні», у 1974 р. постанову Ради Міністрів УРСР «Про заходи подальшого розвитку молодіжного туризму в Українській РСР», подібні постанови було прийнято у 1985 р.

У 70-ті роки ХХ ст. почала активно розвиватися законодавча база туризму у Європі — Швеції, Фінляндії, Великій Британії, Бельгії, Норвегії та ін. У прийнятих ними законах розроблено широку програму заходів, що забезпечували збільшення обсягу і підвищення якості обслуговування, удосконалення видів і форм наданих послуг, розширення мережі туристсько-екскурсійних установ, розроблення нормативних та інструктивних актів відомчого і міжвідомчого характеру, створення матеріально-технічної бази, підготовка кадрів. Тоді ж постала необхідність уніфікувати понятійний апарат у сфері туризму, щоб він був зрозумілий фахівцям туризму в усьому світі, зокрема терміни «туризм» і «турист». Слово «туризм» використовували як синонім дій і мотивів людей, котрі вирушають у подорожі; назву курсу вивчення і суть здійснених досліджень; поняття, що визначає взаємодію людей, міст, бізнесу тощо* Однак не варто намагатися дати єдине всеохоплююче загальноприйняте визначення туризму. Практики зобов'язані орієнтуватися у різноманітні дефініції і розуміти причини, що їх розрізняють.

Зважаючи на те що у туристській індустрії задіяні гігантські людські потоки, вони мають взаємодіяти в межах правового поля. Тому Всесвітня туристська організація особливу увагу приділяє розробленню рекомендацій щодо удосконалення та уніфікації законодавства в сфері туризму. Прийнято «Хартію туризму», «Кодекс туриста», «Глобальний етичний кодекс туризму» та інші нормативно-правові документи, рекомендовані національними урядами у своїх країнах.

Загальна характеристика та джерела туристського права. У другій половині ХХ ст. почало активно формуватися туристське право як система правових норм. Право як унікальне соціальне явище застосовують у двох аспектах: об'єктивному та суб'єктивному. З об'єктивного боку, право — це певні правила поведінки, встановлені та санкціоновані державою; у суб'єктивному розумінні — можливість особи діяти на власний розсуд, реалізуючи свої потреби в різних сферах життя

У сучасному суспільстві всі суспільні відносини, зокрема у сфері туризму, підлягають правовому регулюванню. З огляду на класичне визначення поняття «право» туристичне право можна охарактеризувати як систему правових норм, що регулюють суспільні відносини в сфері туризму. Важливе значення мають джерела туристського права як зовнішній прояв цих норм.

Одним із напрямів формування міжнародного туристського права було досягнення угоди про термінологію та визначення в туристській сфері. У 1976 р. ООН було опубліковано перелік визначень туристської термінології для уніфікації, насамперед правил туристської статистики

Офіційним визначенням в Україні є таке: «Турист — особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін». Є й інші простіші та складніші визначення, які тією чи іншою мірою відповідають поставленим цілям, однак мають і деякі недоліки.

Provision Guidelines on International Tourism

Джерелами туристського права є міжнародне та національне законодавство. До основних документів, які регулюють туристську діяльність на міжнародному рівні, належать такі:

— Резолюція конференції ООН з міжнародного туризму і подорожей (Італія, Рим, 1963), яка стала першим документом в історії світового туризму, де визначено, що туризм є однією з основних і бажаних сторін діяльності людини, заслуговує на схвалення і заохочення. Римська конференція рекомендувала урядам запобігати в сфері туризму будь-яким наклепам або дискримінації, які ґрунтуються на релігійних, расових чи політичних міркуваннях;

— Манільська Ієкларація зі світового туризму (Філіппіни, Маніла, 1980), де розкрито проблеми взаємозв'язку туризму й гуманітарної спадщини, наголошено на важливості збереження історичних пам'яток і місць для розвитку туризму, інтернаціоналізації туристських зв'язка. На конференції було прийнято «Мирне звернення», яке «урочисто закликає всі нації та уряди підтримувати мир, припиняти процес озброєння і сприяти взаєморозумінню між народами»;

— Хартія туризму і Кодекс туриста, ухвалені VI сесією Генеральної Асамблеї ЮНВТО (Болгарія, 1985). У цих документах розкрито гуманістичні функції та роль туризму в забезпеченні мирного співіснування і прогресу людства;

— Гаазька декларація з питань туризму, прийнята Міжпарламентською конференцією з питань туризму (Нідерланди, 1989), де сформульовано 10 основних принципів розвитку туризму та відповідні рекомендації щодо їх реалізації, закріплено положення, що стосуються безпеки та захисту туристів, дотримання державами правил в'їзного та виїзного туризму;

— Глобальний етичний кодекс туризму, прийнятий XIII сесією Генеральної Асамблеї ЮНВТО (Чилі, 1999), у якому визначено основні правила і принципи діяльності для туристських організацій, туропера-торів та туристських агентств, а також самих мандрівників. У Кодексі закладено ідеї попередніх декларацій та інших основоположних документів ЮНВТО, він покликаний допомогти максимально посилити користь від розвитку туризму для населення, звести до мінімуму його негативні впливи на довкілля і культурну спадщину. Кодекс схвалили Комісія ООН зі сталого розвитку, а також ЕКОСОС. Прийнято рішення про створення Всесвітнього комітету з етики туризму. Статті Кодексу регламентують поведінку всіх учасників міжнародного туристського обміну, зокрема заходи для захисту і безпеки туристів та їхнього майна. Цей універсальний документ закріплює положення про те, що туризм—сфера, яка використовує і збагачує культурну спадщину людства, є вигідною для приймаючих країн та співдружностей і чинником стійкого розвитку. Значну увагу в Кодексі приділено питанням свободи туристських подорожей. Цьому має сприяти спрощення візових, санітарних та митних формальностей;

— «Осацька декларація тисячоліття» (Японія, 2001), яка наголосила, що -ознайомлення в різкими культурами та традиціями за допомогою туризму — важливий чинник забезпечення миру і міжнародного взаєморозуміння, а обов'язковими умовами успішного розвитку туризму є мир і безпека»;

— Сеульська декларація «Мир і туризм» (Корея, 2001), що містить «Практичні принципи для сприяння миру в усьому світі ка основі

- Дорожня карта, прийнята XVIII сесією Генеральної Асамблеї ЮНВТО (Казахстан, 2009), тобто збірка стратегічних рекомендацій, у котрих указано, як сектор туризму та подорожей може відновитися після глобальної фінансової кризи, надати підтримку розвитку світової економіки та посприяти створенню «зеленої економіки»;

— Біла книга, прийнята XIX сесією Генеральної Асамблеї ЮНВТО (Корея, 2011), зорієнтована на реформи з метою підвищення значущості ЮНВТО.

Національне законодавство України (Конституція України, Закон України «Про внесення змін до Закону України “Про туризм”», Цивільний, Господарський, Податковий кодекси, Кодекс законів про працю України тощо) ґрунтується на основних положеннях міжнародних документів.

Основними суб'єктами туристського права є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, культурного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та ін.), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

До суб'єктів, які здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, належать:

1) туристичні оператори (туроператори) — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг, які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність

2) туристичні агенти (турагенти) — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг, які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

3) інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійні, розважальні та інші туристичні послуги;

4) гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу — фізичні особи, які здійснюють діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи котрі обслуговують об'єкти відвідування;

5) фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасовим розміщення (проживання), харчування тощо.

Туристи як споживачі комплексу туристських послуг теж наділені певними правами та обов'язками.

Галузеве законодавство у сфері туристської діяльності. Правове регулювання в туристській сфері здійснюється різними галузями права, а саме конституційним, цивільним, господарським. Хоча в Конституції України відсутня норма, яка прямо передбачає право особи на туризм, але воно впливає з основних прав та свобод людини і громадянина. Конституційною основою туристського права можна вважати розділ її «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина», де встановлені:

право на вільний розвиток особистості (ст. 23), свобода пересування (ст. 33) (зокрема, здійснення мандрівок, подорожей); права на відпочинок (ст. 45), належний рівень життя (ст. 48), підприємництво (ст. 42), тобто можливість організувати туристський бізнес, захист прав споживачів, якими є туристи.

Цивільне право регулює права та обов'язки туристів за допомогою різних видів договорів, зокрема про надання туристських послуг, на екскурсійне чи готельне обслуговування, перевезення. Укладають договори на підставі Цивільного кодексу України та Закону України «Про туризм».

До договірних зобов'язань про надання послуг у сфері туризму належать: перевезення, транспортне експедирування, доручення, страхування, комісія, туристичне обслуговування, зберігання, інформаційні послуги, позика, кредит, банківський рахунок, управління майном, оплатне надання інших послуг тощо. Загальним для них усіх є те, що об'єктом договорів стають нематеріальні послуги.

Туристичні договори є різновидом договорів про надання послуг, а тому їх регламентують норми глави 63 ЦК України, що регулюють надання оплатних послуг.

Законодавець вживає поняття «послуги» у законодавчих і підза-конних нормативно-правових актах, починаючи від Цивільного кодексу України (ст. 177 ЦКУ) і завершуючи Законом України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти» від 22.02.2000 р. № 1490-III, Наказом Держстандарту «Про затвердження Правил обов'язкової сертифікації готельних послуг» від 27.01.1999 р. № 37, Наказом Міносвіти, Мінекономіки, Мінфіну «Про затвердження Порядку надання платних послуг державними навчальними закладами» від 27.10.1997 р. № 383/239/131 та ін. [181].

За договором про надання туристських послуг, одна сторона (виконавець) зобов'язується за завданням другої сторони (замовника) надати послугу, яка споживається в процесі вчинення певної дії або здійснення певної діяльності, а замовник зобов'язується оплатити виконавцеві зазначену послугу, якщо інше не встановлено договором. Закон України «Про туризм» містить ст. 20, 21, 22, 23, що безпосередньо регулюють договори на туристичне, екскурсійне, готельне обслуговування та ваучер.

На договори про надання туристичних послуг поширюється положення Закону України «Про захист прав споживачів». Особливістю такого договору обумовлена комплексним характером його змісту — виконавець (туроператор, турагент) зобов'язується надати замовнику (туристу) за оплату різні послуги, які в сукупності формують туристичну послугу. Послуги, передбачені договором на туристичне обслуговування, як правило, надають треті особи, з якими туроператор укладає договори (про перевезення, надання готельних, екскурсійних та інших послуг).

Специфіка правового регулювання цивільно-правових договорів у сфері туризму пов'язана зі складною структурою договірних відносин. Для надання туристу комплексу послуг турфірма вступає у договірні відносини з суб'єктами, які забезпечують перевезення, готельне обслуговування, надання екскурсій тощо. Структуру договірних відносин турфірми можна охарактеризувати як триступеневу: обслуговуючі організації (транспортні, готелі, екскурсійні бюро, сервісні служби), турфірма, турист. Ця схема може бути ускладнена наявністю декількох туроператорів чи турагентів. Така система договірних відносин зумовлює проблеми правового характеру, які потребують вдосконалення чинного законодавства. Господарське право регулює порядок створення та функціонування суб'єктів туристського права — туроператорів, турагентів та ін.

Гнучкою формою для малого туристського бізнесу є товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Воно може бути засноване однією або кількома особами, а його статутний капітал — поділений на частини, розмір яких визначається установчими документами. Учасники ТОВ несуть відповідальність, пов'язану з діяльністю товариства в межах своїх внесків. Організаційно-правовою формою туристичного бізнесу є товариство з повною відповідальністю, в якому всі учасники несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном. Туристичний бізнес на основі великих початкових інвестицій можна реалізовувати у формі акціонерного товариства. Акціонерна форма господарювання має істотні переваги:

— фінансові (формує механізм оперативної мобілізації великих за розміром інвестицій і регулярного отримання доходу у вигляді дивідендів на акції)

— економічні (сприяє встановленню гнучкої системи виробничо-господарських зв'язків, опосередкованих перехресним або ланцюговим володінням акціями);

— соціальні (перетворює найманих працівників на власників частки майна підприємства).

Важливим етапом створення туристського підприємства є розроблення проектів установчих документів відповідно до обраної організаційно-правової форми. Так, для товариства з обмеженою відповідальністю установчим документом є статут, прийнятий загальними зборами засновників, у якому вказують: повну назву товариства, ТУризмоліія: концептуальні засади теорії туризму

юридичну адресу; засновників (учасників) товариства; на який термін створене товариство; мету і предмет діяльності товариства; правовий статус; майно, статутний капітал, розподіл часток; перелік майна, внесеного засновниками в статутний фонд, його оцінку; порядок розподілу прибутку і покриття збитків, створення фондів; права і обов'язки засновників; органи управління товариством; порядок зміни складу засновників; трудові відносини з працівниками; облік і звітність; ревізійну комісію і аудит; умови припинення діяльності та реорганізування товариства; порядок внесення змін до статуту. Цей перелік може змінюватися залежно від різних чинників. Вимоги до установчих документів товариства з повною відповідальністю аналогічні, за винятком специфіки солідарної відповідальності за зобов'язаннями, обумовленими попередньо. Установчим документом акціонерного товариства є статут, у якому прописано порядок розподілу статутного капіталу на акції, їх номінал, види та ін., доповнюють його розділами «Права і обов'язки акціонерів», «Дивіденди», «Порядок ведення реєстру акцій» тощо.

Відповідно до законодавства України всі господарюючі суб'єкти реєструються у Державному реєстрі (Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців»). З метою створення однакових можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється

ліцензування туроператорської та турагентської діяльності (Закон «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»).

Господарське право передбачає систему сертифікації та стандартизації у сфері туристичної діяльності. Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації стосовно безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля, порядок її проведення у сфері туристичної діяльності визначаються Кабінетом Міністрів України відповідно до закону.

Страхове право. Однією з важливих умов безпечної реалізації туристського права є обов'язкове страхування, у туристській сфері застосовують такі види страхування: медичне, від нещасного випадку, майнове, на випадок затримки транспорту, витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку, асистанс, страхування відповідальності власника автотранспортних засобів та ін. Страхування від нещасного випадку та медичне є обов'язковими і здійснюються суб'єктами підприємницької діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають право на здійснення такої діяльності відповідно до Закону України «Про страхування» (ст. 17). Страхування відповідальності власників автотранспорту відоме як «зелена картка» (за кольором і формою страхового поліса). Так називають систему міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника.

Екологічне право. Воно поєднує сукупність еколого-правових норм, які регулюють суспільні відносини з метою охорони життя і здоров'я громадян, захисту їхніх екологічних прав і свобод, раціонального природокористування, забезпечення якості довкілля в інтересах сьогодення і майбутніх поколінь.

Раціональне використання природних ресурсів і культурно історичних допоможе уникнути багатьох негативних наслідків масового туризму. «Захист навколишнього середовища має встояти перед тиском з боку організацій або осіб, зацікавлених тільки у комерційному успіху або особистому збагаченні», — зазначено в Монреальській декларації з туризму (1996). Для захисту навколишнього природного середовища Європейський союз розробив Положення ЄС 1893/93 «Про добровільну участь компаній у Системі екологічного менеджменту і ревізії». Відповідно до методики екологічного менеджменту турфірма або готель може проводити або замовляти об'єктивні екоревізії, метою яких є поліпшення управління екологічними аспектами туристської діяльності.

Українське законодавство визначило, що туристи та екскурсанти зобов'язані оберігати довкілля, дбайливо ставитися до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;

Міжнародне приватне право. Його норми регулюють порядок переміщення українських громадян за кордон та іноземців на територію України. Регулює порядок виїзду з України Закон «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України». Дають право на виїзд з України і в'їзд в Україну та посвідчують особу громадянина під час перебування за її межами паспорт громадянина України для виїзду за кордон, проїзний документ дитини, дипломатичний чи службовий паспорт, посвідчення особи моряка.

Порядок в'їзду іноземців на територію України регулюється «Правилами в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію», затвердженими Постановою Кабінету Міністрів України.

Міжнародне публічне право. Міжнародне співробітництво в галузі туризму реалізується шляхом підписання міжнародних договорів і конвенцій» ратифікації міжнародних актів туристської сфери та у формі широких міжнародних форумів з питань туризму.

Міжнародно-правовими формами регулювання і координування діяльності держав у сфері туризму, вироблення і впровадження правил та принципів їх співробітництва, норм і стандартів міжнародної туристської діяльності є конференції ООН з туризму, форуми ЮНЕСКО, міжнародних та національних туристських організацій.

Систему міжнародного права у сфері туризму формують регіональні закони та нормативні акти: Шенгенські угоди «Про єдиний візовий туристичний простір» (Директива ЄС 90/134 від 13.05.1995 р.), „Рекомендаційна статистика туризму", прийняті Статистичною комісією ООН у 1993 р., Глобальний етичний кодекс туризму (1999). Регулюванню міжнародної туристської діяльності сприяють і туристські заходи, проведені міжнародними туристськими організаціями. Це генеральні асамблеї організацій, конференції та семінари загальносвітового, регіонального, галузевого і спеціалізованого тематичного характеру. На них приймають офіційні документи, покликані регулювати і координувати діяльність у туристській індустрії відповідно до змін у цьому секторі. Міжнародне співробітництво в туристській сфері здійснюється на основі дво- і багатосторонніх міжурядових угод. Укладають їх з метою розширення дружніх зв'язків між народами і сприяння співробітництву.

Проблеми становлення туристського права. Становлення науки про туризм відбувається безперервно, накопичено величезний емпіричний матеріал, що дає змогу систематизувати знання, які використовуються в цій сфері, виявити загальні закономірності, що визначають послідовність розвитку туризму, збагатити науково обґрунтованими рекомендаціями практичних працівників.

Різноманітність видів туризму, комплексний характер туристичної індустрії зумовлюють необхідність його багатофакторного аналізу з використанням здобутків географії, астрономії, історії, економіки, культурології, фізіології та інших наук. Навіть на етапі становлення туристології стимулює і збагачує суміжні науки, зокрема юриспруденцію.

З початку 90-х років ХХ ст. Україна формує національний туристський ринок. Одним із ключових завдань державної політики у сфері туризму стало розроблення та вдосконалення сучасного законодавства з огляду на нові реалії та нормативно-правові акти у сфері туризму. Для ефективного розвитку туризму в Україні необхідно насамперед поліпшити і узгодити зі світовими стандартами вироблені та рекомендовані ЮНВТО нормативні акти.

Основними проблемами у правовому регулюванні туристичної діяльності, що перешкоджають розвитку туристської сфери в Україні, є такі:

- не виправдано велика кількість нормативних актів, які регламентують порядок реєстрації суб'єктів туристського підприємництва, особливо відомчих;
- суперечливість положень нормативних актів, особливо відомчих, невідповідність їх положенням Конституції України, законам України та світовим стандартам;
- складна та непрозора процедура реєстрування суб'єктів туристського підприємництва.

Необхідно докорінно змінити ставлення держави до туристської індустрії, визнавши туризм пріоритетною сферою, здатною долати складні економічні та соціальні проблеми шляхом інтенсивного розвитку різних видів туристських послуг із широким залученням внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

Першим кроком до цього має стати кодифікація нормативних актів у сфері туризму, об'єднання їх в єдиний акт, який міститиме норми різних галузей права, визначатиме мету, завдання туризму, його види, порядок здійснення туристського підприємництва, державне регулювання туристської індустрії, статус туриста, зміст договірних відносин між туристом — споживачем турпродукту та підприємцем, який є володільцем цього товару, відповідальність учасників туристської діяльності за порушення законодавства про збереження культурних цінностей та екологічної безпеки. Такий нормативний акт може мати назву Туристський кодекс України. Він допоможе уникнути нестабільності у туристському підприємстві, його криміналізації, тінізації, що знижують якість турпродукту, порушують права споживачів, зменшують надходження до бюджетів усіх рівнів від туристського підприємництва.

У Рекомендації 88 Гаазької міжпарламентської конференції з туризму 1989 р. зазначено: «Парламенти у світлі висновків, зроблених Гаазькою конференцією, мають переглянути національні нормативні акти, що стосуються туризму, з метою їх кодифікації та об'єднання в єдиний нормативний акт (з одночасним усуненням існуючих суперечностей та прогалін), в якому будуть відображені національна політика і пріоритети у сфері туризму».

Уваги законодавців потребують насамперед такі напрями:

- державна підтримка туристичної сфери;
- прийняття Туристського кодексу України;
- затвердження регіональних програм розвитку туризму;
- фінансові стимули для внутрішніх та зовнішніх інвесторів;
- вартість туристських послуг;
- охорона навколишнього середовища.

Другим кроком на шляху до інтенсивного розвитку туризму в Україні має стати професійна підготовка працівників сфери, про що йдеться в Рекомендації 27 Гаазької міжпарламентської конференції з туризму. Однією з обов'язкових умов її підготовки є вивчення туристського права. Сфера туризму має керуватися принципами законності у здійсненні туристичної діяльності, наданні якісних послуг, їх соціальної спрямованості, вільного розвитку підприємницької діяльності.

Послідовне удосконалення системи управління у сфері туризму можна забезпечити шляхом формування нормативно-правового урегулювання, дотримання вимог законодавства і впровадження санкцій за його порушення; розширення договірно-правової бази зовнішніх відносин, укладення міжнародних угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво у сфері туризму; створення, підготовки та реалізації юридично професійних проектів та угод у сфері надання послуг туристам, захисту їх прав і законних інтересів.

Туризм і вітчизняне законодавство

Туристичне законодавство формують норми і правила, що діють під час здійснення туристичної діяльності та визначаються вітчизняними нормативно-правовими актами і міжнародними документами,

У радянські часи нормативно-правове регулювання туризму здійснювалося через прийняття постанов ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР, ВЦРПС, ЦК ВЛКСМ. Постанови «Про заходи подальшого розвитку туризму та екскурсій у країні» (1969), «Про подальший розвиток і вдосконалення туристсько-екскурсійної справи в країні» (1980), «Про заходи щодо розвитку туризму і удосконалення туристсько-екскурсійного обслуговування населення в країні в 1986—1990 роках і на період до 2000 року» (1985) за відсутності ринкових умов і підприємницьких структур регламентували дію трьох суб'єктів туристської діяльності в державі — Державного комітету СРСР з іноземного туризму (Інтурист), Бюро міжнародного молодіжного туризму «Супутник» та туристсько-екскурсійні організації профспілок. Прийняття Закону СРСР «Про кооперацію» в 1987 р. сприяло створенню підприємницьких структур (кооперативів), які почали займатись туристичною діяльністю.

У незалежній Україні було прийнято Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про Державний комітет України по туризму» від 12.08.1993 № 625, «Про Положення про порядок видачі суб'єктам підприємницької діяльності спеціальних дозволів (ліцензій) на здійснення окремих видів діяльності» від 17.05.1994 р. № 316, де в підпункті 26 пункту 1 передбачено ліцензування діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. У 1995 р. прийнято Закон України «Про туризм», з чого почалося формування базису туристичного права та законодавства. Цей закон поширює дію своїх норм не тільки на галузь туризму, а й на інші, діяльність яких пов'язана або може бути пов'язана з організуванням подорожей.

У контексті реалізації правовідносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, на підставі змісту норм Закону фактично розмежовані поняття «галузь туризму» і «галузь туристичної діяльності», хоча в них не міститься визначень цих понять.

З огляду на дефініцію терміна «туризм», наведену в ст. 1 Закону «Про туризм», можна стверджувати, що поняття «галузь туризму» охоплює ширше коло правових відносин, ніж термін «галузь туристичної діяльності», а отже, «галузь туристичної діяльності» є складником галузі туризму. Норми закону в галузі туризму поширюються на всіх можливих суб'єктів правовідносин — державні органи, підприємницькі структури, громадські організації, громадян та ін., а норми в галузі туристичної діяльності — лише на учасників відносин, що виникають під час їх здійснення, визначених ст. 5 Закону України «Про туризм». При аналізі чинного туристичного законодавства важливим є розуміння, на які суб'єкти та об'єкти поширюються його норми і яким чином відбувається їх застосування в законодавстві України.

Структура туристичного законодавства. Сучасне туристичне законодавство базується на Конституції України, кодексах, Законі України «Про туризм», інших законах, актах Президента, Уряду, стандартах, актах міністерств, відомств, актах місцевих органів влади, міжнародних договорах. Жодним документом, у т. ч. Конституцією України, безпосередньо не визначено ієрархії законодавчих актів, однак найвищу юридичну силу в законодавстві туризму мають саме її норми. Закони та інші нормативно-правові акти, що приймаються на основі чинної Конституції України, мають їй відповідати, оскільки вона є їх основою. Положення Конституції України — норми прямої дії (ст. 8), що застосовуються у законодавстві туризму і прямо регулюють відносини в цій галузі, можуть безпосередньо використовуватися судами для захисту прав та інтересів

як передбачених, так і не передбачених спеціальним законодавством. Відповідно до ст. 25 Конституції України для громадян України встановлена гарантія, що вони не можуть бути позбавлені громадянства, права змінити громадянство, вигнані за межі України або видані іншій державі. Україна гарантує піклування та захист своїм громадянам, які перебувають за її межами. Згідно зі ст. 26 Конституції України для іноземців та осіб без громадянства діє національний правовий режим, відповідно до якого за законних підстав перебування в Україні іноземці користуються тими самими правами і свободами, у т. ч. обсягом прав туриста, а також виконують такі самі обов'язки, як і громадяни України, за винятками, встановленими Конституцією, законами та міжнародними договорами України. За ст. 33 Конституції України, кожному, хто на законних підставах перебуває на території України, гарантовано свободу пересування, вибору місця проживання, право вільно залишати територію України, за винятком обмежень, встановлених законом. Громадянин України не може бути позбавлений права в будь-який час повернутися в Україну.

У Конституції України є й інші положення, які методологічно правомірно вважати складником основ туристичного права. Зокрема, ст. 45 Конституції України гарантує кожному право на відпочинок, ст. 49 — на охорону здоров'я, заняття фізичною культурою та спортом, санітарно-епідемічне благополуччя, ст. 50 — на безпечне для життя і здоров'я довкілля. У ст. 54 Конституції України проголошено охорону культурної спадщини, встановлено обов'язок держави зберігати історичні пам'ятки та інші об'єкти, які становлять культурну цінність та використовуються під час туристичної діяльності. Інші норми Конституції України також мають важливе значення у формуванні туристичного законодавства.

Кодекси поєднують і систематизують норми права, що регулюють певну сферу суспільних відносин (Цивільний, Господарський, Сімейний, Кримінальний кодекси, Кодекс законів про працю та ін.). Норми права, які містяться в інших законах, мають відповідати нормам кодексів. Це правило стосується і формування туристичного законодавства.

Наступними за юридичною силою після Конституції і кодексів нормативно-правовими актами є закони. Відповідно до ст. 92 Конституції ними визначаються: права і свободи людини та громадянина, гарантії цих прав і свобод; основні обов'язки громадянина; громадянство, правосуб'єктність громадян, статус іноземців і осіб без громадянства; засади використання природних ресурсів; правові засади і гарантії підприємництва; засади зовнішніх відносин, зовнішньоекономічної діяльності, митної справи; правовий режим державного кордону та деякі інші питання.

Базовим у законодавстві туризму є Закон України «Про туризм» в редакції від 18.11.2003 р. Він визначає загальні засади організування та здійснення туристичної діяльності, основи державної політики та державного регулювання у цій галузі, формулює положення про її безпеку, передбачає правила професійної підготовки фахівців та наукового забезпечення туризму, основи контролю за діяльністю в цій сфері та відповідальності за порушення законодавства, а також указує учасників відносин, які виникають під час здійснення туристичної діяльності. Норми Закону «Про туризм» визначальні у регулюванні відносин, що виникають безпосередньо під час організування та здійснення туристичної діяльності на території України. Законодавство України містить й інші закони, що регулюють та регламентують деякі аспекти відносин, у т. ч. у галузі туризму: закони України «Про курорти», «Про концесії», «Про охорону культурної спадщини», «Про державний кордон України», «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України», «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства», «Про страхування», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про особисте селянське господарство», «Про аварійно-рятувальні служби» та ін., у т. ч. закони в галузі оподаткування, що безпосередньо впливають на фінансові механізми туристичної діяльності.

Важливі також підзаконні нормативно-правові акти, що видаються на виконання Конституції України та відповідних законів. Більшість із них становлять акти Президента України, Кабінету Міністрів України, центрального органу виконавчої влади в галузі туризму та ін., зокрема: Укази Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» від 10.08.1999 р. № 973; «Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України» від 11.03.2003 р. № 207; «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» від 21.02.2007 р. № 136; постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження правил оформлення візових документів для в'їзду в Україну» від 20.02.1999 р. № 227; «Про затвердження державної програми розвитку туризму на 2002—2010 роки» від 29.04.2002 р. № 583; «Про затвердження Програми розвитку Криму як цілорічного загальнодержавного та міжнародного курортно-рекреаційного і туристичного центру» від 29.01.2003 р. № 133; «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму» від 27.06.2003 р. № 390; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження заходів щодо підтримки розвитку молодіжного та дитячого туризму» від 12.05.2004 р. № 298; наказ Держтурадміністрації, Держкомстату України «Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності» від 12.11.2003 р. № 142/394; наказ Держтурадміністрації «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» від 16.03.2004 р. № 19; наказ Держтурадміністрації «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу» від 24.09.2004 р. № 83; наказ Держпідприємництва та МКТ «Ліцензійні умови провадження туроператорської та турагентської діяльності» від 11.09.2007 р. № 111/55 тощо.

До нормативно-правових актів належать стандарти, що відповідно до Закону «Про стандартизацію» встановлюють призначені для загального і багаторазового використання правила, інструкції або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, включаючи продукцію, процеси або послуги. Залежно від рівня органу, який приймає чи схвалює нормативні документи зі стандартизації, вони поділяються на національні стандарти та стандарти, технічні умови. У туристичному законодавстві України діють такі стандарти: Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги. Проектування туристських послуг»; Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги. Загальні вимоги»; Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги* Вимоги по забезпеченню безпеки туристів та екскурсантів»; ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги»; ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»; ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».

Правовою підставою дії на території України міждержавних стандартів в галузі туризму є Постанова Верховної Ради України «Про порядок тимчасової дії на території України окремих актів законодавства Союзу РСР» від 12 вересня 1991 року. Відповідно до неї тимчасовий характер дії актів законодавства СРСР визначено як термін дії до прийняття

відповідного національного законодавства. Ці стандарти дійсні дотепер, оскільки нових, таких, що відповідають сучасним тенденціям екскурсійної діяльності, не запроваджено.

Важливими в законодавстві туризму є нормативно-правові акти органів місцевого самоврядування, які приймають рішення в межах повноважень, визначених Конституцією України та Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», і є обов'язковими для виконання на відповідній території. За предметом правового регулювання відносини, що виникають у процесі здійснення туристичної діяльності, різноманітні (управлінські, фінансові, цивільні, господарські тощо). Проте найважливіше місце серед них посідають цивільні та господарські, засновані на таких визначальних принципах, як рівність їх учасників, автономія волі та майнова самостійність. Загальні засади їх регулювання регламентовані Цивільним і Господарським кодексами України. Закон України «Про туризм» розкриває особливості регулювання відносин в галузі туризму та містить відповідні нормативні положення, зокрема ст. 15 Закону, регулює процедуру фінансового забезпечення відповідальності туроператора та турагента; ст. 16 визначає особливості страхування туристів при здійсненні туристичних подорожей; ст. 20 вказує правові засади укладення і виконання договору на туристичне обслуговування та ін.

Важливим елементом застосування туристичного права є визначення співвідношення між актами загального та спеціального законодавства, яке виражається в тому, що насамперед застосовують акт спеціального законодавства (Закон України «Про туризм») у тій частині, яка не суперечить Цивільному та Господарському кодексам України, і у випадках, коли спеціальний акт не містить регламентування відповідних відносин. Визначаючи правовідносини в галузі туризму, слід застосовувати загальні положення, що закріплені у Цивільному та Господарському кодексах України (наприклад, положення глави 16 Цивільного кодексу України (загальні положення про правочини), глав 47—51 Цивільного кодексу України (загальні положення про зобов'язання), глави 63 Цивільного кодексу України (загальні положення договору про надання послуг), розділу IV Господарського кодексу України (загальні засади господарських зобов'язань), глави 31 Господарського кодексу України (комерційне посередництво (агентські відносини) у сфері господарювання) та ін.

Вплив міжнародного туристичного законодавства на вітчизняне. Основним напрямом діяльності у сфері розвитку міжнародних туристичних зв'язків є розбудова договірно-правової бази зовнішніх відносин, укладення міжнародних угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво в галузі туризму.

Згідно зі ст. 9 Конституції України міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства, частиною законодавства туризму, У ст. 2 Закону України «Про туризм» закріплено норму про співвідношення норм міжнародних договорів України та норм внутрішнього законодавства, відповідно до якої, якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені законом, застосовуються правила міжнародного договору. Йдеться саме про чинні міжнародні договори України. Це означає, що наведене формулювання стосується виключно міжнародних публічно-правових договорів. Інші міжнародні акти (резольції міжнародних організацій, декларації, заяви, заключні акти тощо), хоча і можуть мати правове значення, але властивостей міжнародного публічно-правового договору не набувають. Також не може діяти міжнародний договір у внутрішньому правопорядку, якщо він не набрав чинності чи втратив її у міжнародному праві. При цьому йдеться про такі чинні міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України з дотриманням вимог ст. 2 Віденської конвенції про право міжнародних договорів 1969 р., положень Закону України «Про міжнародні договори України».

Організаційно перевагу слід надавати встановленню договірних відносин з країнами, що є перспективними туристичними ринками для України, вивченню та впровадженню практики створення нормативно-правової бази туризму, залученню прогресивного досвіду державного регулювання та стимулювання галузі.

Через безпосередню участь у діяльності світових і міжнародних структур усіх рівнів реалізується входження України в світовий туристичний простір. Використання організаційно-фінансових механізмів міжнародних органів допомагає створювати сучасне туристичне право та прогнозувати його розвиток.

Більшість країн плідно співпрацюють у Всесвітній туристській організації (ЮНВТО). Україна стала її дійсним членом на 12-й сесії Генеральної Асамблеї Всесвітньої туристської організації (1997), (Туреччина). На 13-й сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО Україна увійшла до виконавчої ради ЮНВТО (1999), а Київський університет туризму, економіки і права вступив до Ділової ради ЮНВТО. Її членами також є готельний комплекс «Дніпро» (м. Київ), Головне управління комунального і готельного господарств туризму Київської міської державної адміністрації.

Членство України у ЮНВТО підвищило авторитет держави у туристичному співтоваристві, створило передумови для подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку із залученням до інформаційної мережі прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, створенням системи професійної підготовки, наукових досліджень з урахуванням передових надбань розвинутих туристичних держав, відкрило нові можливості налагодження взаємовигідної співпраці на всіх рівнях з країнами — членами ВТО,

Завдяки діяльності ЮНВТО прийнято низку важливих міжнародних документів, які сприяють розвитку туризму, визначають «правила гри» у цій сфері для всіх учасників, містять вимоги з питань безпеки туризму до держав, не допускають використання туризму з метою сексуальної експлуатації, проституції, поширення наркотиків, проявів тероризму тощо. До цих документів належать Глобальний етичний кодекс туризму, Хартія туризму, Кодекс туриста, Міжнародна конвенція по контракту на подорож, Міжнародний туристський ваучер та ін. Хоча вказані документи мають рекомендаційний характер, країни — члени ЮНВТО, відповідно до її статуту, взяли на себе зобов'язання дотримуватись норм документів, прийнятих вищим органом ЮНВТО, та зважати на них під час формування національного туристичного законодавства.

Дія актів туристичного законодавства. Нормативно-правовим актом, прийнятим органами державної влади в процесі регулювання галузі туризму, властива дія у часі, просторі та за колом осіб. У часі нормативно-правові акти діють за загальними правилами, зокрема регулюють відносини, які виникли з дня набрання ними чинності. Порядок набрання чинності законами та іншими нормативно-правовими актами на території України визначено передусім Конституцією України (ст. 57, 58, 94, ч. III ст. 106 і 117).

За загальним правилом дія закону не обмежена строком, якщо в самому законі не зазначено інше, його регулятивний вплив поширюється на всю територію держави. Акти місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування, їх

виконавчих органів, прийнятій межам наданих повноважень, поширюють свою дію лише на відповідну територію (область, місто або район).

Нормативно-правові акти можуть також діяти за колом осіб і підпадають під їх дію. Наприклад, Закон України «Про туризм» поширюється на органи державної влади та учасників відносин, що виникають під час здійснення туристичної діяльності. Ними є юридичні та фізичні особи, що створюють турпродукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасове розміщення, харчування, екскурсійне, курортне, спортивне, розважальне та інше обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та ін.), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Правові особливості діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Ст. 5 Закону України «Про туризм» містить визначення учасників відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності. Такими учасниками є, з одного боку, юридичні особи, які створюють турпродукт, а також юридичні та фізичні особи, що надають туристичні послуги чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних чи супутніх послуг; з іншого — громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність. Закон визначає першу групу учасників таких відносин як суб'єктів, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (суб'єкти туристичної діяльності). Це означає, що поняття «суб'єкт туристичної ДІЯЛЬНОСТІ» та змістом є вужчим, НІЖ поняття «учасник відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності».

У Законі «Про туризм» визначено суб'єктами туристичної діяльності туроператорів, турагентів, інших суб'єктів підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення, харчування, екскурсійні, розважальні та інші туристичні послуги; фізичних осіб, які здійснюють діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу; фізичних осіб, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення, харчування тощо.

Законодавче визначення суб'єктів туристичної діяльності дає змогу з'ясувати операції, що здійснюють суб'єкти туристичної діяльності безпосередньо та суб'єкти інших видів діяльності. Це зумовлює відповідні економіко-правові результати, а також є підставою для визначення договірних правовідносин, в які вступають суб'єкти туристичної діяльності. Крім того, законодавчо визначивши суб'єктів туристичної діяльності, ст. 5 Закону України «Про туризм» фактично визначає туризм як окрему галузь економіки та окреслює коло її суб'єктів. Отже, термін «галузь туристичної діяльності», що використовується в Законі, за правовим змістом є тотожним поняттю «туристична галузь». Однак класифікатором КВЕД (коди видів економічної діяльності) в Україні туристична галузь не визначена, види діяльності суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність, указані під різними кодами, види туристичної діяльності «розпорошено» по різних галузях.

За Законом України «Про туризм», туроператором може бути тільки юридична особа, створена згідно із законодавством України. Таке обмеження реалізується через ліцензування туроператорської діяльності (ст. 17). Однак фізичні особи можуть бути засновниками туроператорів, що реєструються згідно з чинним законодавством. Діяльність тур-оператора в організаційно-функціональному аспекті є створення турпродукту, виробництво та реалізація туристичних послуг, а також посередницька діяльність із характерних та супутніх послуг. Туроператори не мають права поєднувати туристичну діяльність з іншими видами господарської діяльності, що не пов'язані з обслуговуванням туристів.

Отже, Закон наділяє туроператорів спеціальною правосуб'єктністю щодо здійснення повного циклу робіт з організації подорожей, починаючи від пошуку об'єктів подорожі (визначення цілей, маршрутів тощо), правового та матеріально-технічного забезпечення подорожі, включаючи перевезення, розміщення, харчування туристів (формування турпродукту), до організування заходів щодо просування та реалізації турпродукту від свого імені або через турагента. Він несе відповідальність лише за власні дії, а не за якість турпродукту, створеного туроператором.

Туроператор за договором на туристичне обслуговування несе відповідальність перед туристом незалежно від того, надані послуги безпосередньо туроператором чи іншими особами, які перебувають з ним у договірних відносинах. Він також може здійснювати посередницьку діяльність з реалізації супутніх і характерних послуг шляхом укладення відповідних договорів з іншими суб'єктами господарювання на реалізацію вказаних послуг безпосередньо туристам або іншим особам, які діють на користь туристів. Перелік правових можливостей діяльності туроператора охоплює право здійснювати продаж туристу іноземного турпродукту від власного імені шляхом укладення договорів на туристичне обслуговування (ст. 37). Турагент не має права на це, зважаючи на посередницький характер його діяльності у туристичній галузі та обмежену відповідальність.

Організаційно-функціональний аспект діяльності турагента охоплює посередницьку діяльність з реалізації турпродукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність, пов'язану з реалізацією характерних та супутніх послуг, тобто турагент діє як посередник між тим, від імені кого він реалізує турпродукт, та його споживачем — туристом.

Турагент не має права на створення турпродукту, він продає його. Турагент несе відповідальність лише за власні дії і не відповідає за якість туристичних послуг та правовідносини під час їх надання. Турагент при укладанні договорів на туристичне обслуговування виступає від імені туроператора. Для здійснення своєї діяльності турагент має отримати в установленому порядку відповідну ліцензію (незалежно від його юридичного статусу). Він має право на здійснення інших видів і надання інших послуг з дотриманням вимог Закону.

Ст. 5 Закону України «Про туризм» з урахуванням положень ст. 15, 17 і 37 встановлює законодавчі обмеження щодо здійснення туристичної діяльності на території України юридичними та фізичними особами, включаючи нерезидентів. Туроператор може володіти будь-якою власністю. Отже, за Законом чітко розподілено правозастосування норм щодо права власності та права на діяльність.

Законом України «Про туризм» визначено, що для туроператорів виключною діяльністю є організування та створення турпродукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг. Відповідно до ст. 1 Закону, оплата та користування послугами можуть бути розірвані за місцем і в часі. В Україні на практиці цей строк рідко перевищує три місяці. Турист фактично здійснює попереднє фінансування

туроператора, який користується коштами туриста протягом тривалого часу. Це потребує законодавчих гарантій, а також документального оформлення правовідносин.

Туроператори, як правило, завчасно готують турпродукт (комплекс туристичних послуг) до реалізації, тобто укладають договори з надавачами послуг (транспортних, готельних тощо) і відповідно беруть на себе певні ризики, пов'язані з прогнозуванням майбутнього попиту.

Туроператор постійно діє в конкурентному середовищі, де виникають фінансові ризики. Оскільки послуга не має матеріальних властивостей товару, який може слугувати певною компенсацією за сплачені кошти, турист після оплати турпродукту має лише паперові документи і в разі банкрутства або неплатоспроможності туроператора перетворюється на кредитора, з яким туроператор вступив у договірні відносини. З метою досудового захисту прав туриста як споживача в багатьох країнах, у т. ч. в Україні, застосовуються положення директиви ЄС від 13.06.1990 р. № 90/314 про використання на законодавчому рівні механізму фінансових гарантій та встановлення для туроператорів виключного характеру діяльності.

Поширення виключного характеру діяльності туроператорів на посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг також має організаційно-правове підґрунтя. Туроператори можуть окремо реалізувати кожну послугу, що належить до складу турпродукту. Отже, посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг є логічним продовженням туроператорської і відповідно до Закону співвідноситься з виключним характером такої діяльності. Під час здійснення посередницької діяльності туроператор виступає вже від імені надавача послуг (готель, транспортне підприємство тощо), тобто в ролі посередника (агента) між тим, від імені кого реалізуються послуги, та туристом. Виключний характер туроператорської діяльності не притаманний лише туристичній діяльності.

До суб'єктів туристичної діяльності належать інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійні, розважальні та інші туристичні послуги — засоби розміщення (готелі, пансіонати, бази відпочинку, туристсько-оздоровчі комплекси тощо, крім санаторно-курортних закладів, які відповідно до ст. 22 Закону України «Про курорти» є закладами охорони здоров'я), підприємства громадського харчування, організації, що надають екскурсійні, розважальні, рекреаційні послуги, послуги супроводу тощо. Засоби розміщення, готелі, будинки відпочинку, підприємства громадського харчування, організації, що надають екскурсійні, розважальні та інші туристичні послуги, не повинні отримувати ліцензії на здійснення туристичної діяльності. У своїй діяльності вони, наприклад, керуються відповідними державними стандартами (ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги, ДБН В.2.2-9-99 Будинки і споруди. Громадські будинки і споруди. Основні положення) і в обов'язковому порядку мають пройти сертифікацію або отримати дозвіл відповідно до законодавства.

Крім туриста (екскурсанта), одним з учасників правовідносин, в які вступають туристи (екскурсанти) під час надання послуг супроводу, є фізична особа (фахівець туристичного супроводу), яка може надавати послуги як від власного імені (в такому разі має бути зареєстрована як суб'єкт підприємницької діяльності), так і від імені юридичної особи, з якою фахівець туристичного супроводу перебуває в трудових відносинах на підставі трудової угоди, трудового контракту чи цивільно-правового договору. До фахівців туристичного супроводу належать гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу, крім осіб, що працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування (музеї, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, монастирські комплекси, спеціалізовані виставки тощо). Такі фахівці мають отримати в установленому порядку дозвіл на право здійснення туристичного супроводу (наказ Держтурадміністрації «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу» від 24 вересня 2004 року № 83).

Постійним елементом екскурсійного обслуговування є послуги фахівця туристичного супроводу — екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин, що не передбачають розміщення. Згідно з ГОСТ 28681.2-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Загальні положення» екскурсія є туристичною послугою, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів. Вона відрізняється від подорожі меншою кількістю послуг та можливою відсутністю тимчасового виїзду із постійного місця проживання на строк більше ніж 24 години або з ночівлею.

Закон України «Про туризм» розмежовує поняття «турист» і «екскурсант». Туристом є особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на строк від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений строк. Екскурсант замовляє екскурсійне обслуговування у суб'єкта туристичної діяльності, істотною частиною якого є послуги екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин. Інші нормативні документи зі стандартизації туристично-екскурсійного обслуговування, наприклад ГОСТ 28681.1-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг», також чітко розмежовують поняття «турист» та «екскурсант», оскільки це споживачі різних послуг. Екскурсійні послуги можуть надавати як самостійний вид послуг, а також належати до комплексу послуг, що надають туристам. У цьому разі вони не мають самостійного організаційно-правового значення і розглядаються як елемент турпродукту. Регулювання порядку надання послуги здійснюється в межах Закону України «Про туризм» (ст. 5,6,13,21,23, 24,25 тощо), Цивільного кодексу України, Закону України «Про захист прав споживачів» та іншого спеціального законодавства.

Надавати послуги з екскурсійного обслуговування та укладати договори на це може фізична особа, яка має відповідний дозвіл і зареєстрована в установленому законодавством порядку як суб'єкт підприємницької діяльності. В іншому разі фізична особа — фахівець туристичного супроводу має право на надання послуг екскурсійного обслуговування лише від імені суб'єкта підприємницької діяльності або іншої юридичної особи, що реалізує такі послуги. Договір на екскурсійне обслуговування в такому випадку укладається із суб'єктом туристичної діяльності. Відповідальність за виконання договірно-правових відносин перед екскурсантом покладається на особу, з якою укладено договір на екскурсійне обслуговування. Такий суб'єкт підприємницької діяльності або юридична особа не обов'язково повинен мати ліцензію на здійснення туроператорської чи турагентської діяльності. На екскурсанта як споживача екскурсійних послуг поширюється дія законодавства про захист прав споживачів.

До суб'єктів, що забезпечують туристичну діяльність, Закон також зараховує фізичних осіб, які хоча і не є суб'єктами підприємницької діяльності, проте надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо, а також здійснюють іншу діяльність, пов'язану з тимчасовим розміщенням, проживанням, харчуванням тощо.

Правові аспекти створення туристичних підприємств

Перелік суб'єктів туристичної діяльності, які підлягають державній реєстрації при здійсненні туристичної діяльності, встановлено спеціальним законодавством у галузі державної реєстрації. Законом України «Про особисте селянське господарство» до суб'єктів туристичної діяльності може бути зараховане особисте селянське господарство — господарська діяльність, яка проводиться без створення юридичної особи фізичною особою індивідуально або особами, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають з метою задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки і споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг з використанням майна особистого селянського господарства, у т. ч. у сфері сільського зеленого туризму Така діяльність не потребує обов'язкової державної реєстрації.

Суб'єкт туристичної діяльності самостійно обирає правовий статус, організаційно-правову форму і систему оподаткування з урахуванням норм законодавства України. Як правило, такі суб'єкти здійснюють діяльність за організаційно-правовою формою підприємницьких товариств (товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство тощо), приватного підприємства, суб'єкта підприємницької діяльності — фізичної особи без створення юридичної особи.

Ст. 90 Цивільного кодексу України встановлює вимоги до найменування юридичних осіб, що дає їм змогу відрізнитися, виступати у цивільному обороті від свого імені, використовувати його на вивісках, печатках та штампах тощо. Найменування юридичної особи має містити інформацію про її організаційно-правову форму.

Ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність не може бути видана суб'єкту підприємницької діяльності із назвою, тотожною назві іншого суб'єкта підприємницької діяльності, якому ліцензія видана раніше, а інформація про це внесена до відповідного реєстру. Вимоги до найменування вказано у наказі Держпідприємництва «Про затвердження Вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу» від 9 червня 2004 року № 65.

Відповідно до ст. 33 Господарського кодексу України неправомірним є використання без дозволу уповноваженої на те особи чужого комерційного найменування, торговельної марки, інших позначень, а також належних іншій особі рекламних матеріалів. Відповідно до пушту 1 ст. 88 Цивільного кодексу України статут юридичної особи повинен містити відомості про цілі та предмет діяльності суб'єкта господарювання. У статуті туроператора не слід зазначати інші види діяльності, крім супутніх та характерних послуг, надання яких передбачено нормами Закону. У разі переоформлення ліцензії до статуту майбутнього туроператора вносять відповідні зміни.

Відповідальність у туристичному законодавстві

Законодавство туризму містить норми відповідальності. Безпосередньо відповідальність за порушення законодавства в галузі туризму передбачена ст. 30 Закону України «Про туризм». Статті Закону містять загальні теоретичні підходи до порушення законодавства туризму.

У теорії права відповідальністю визнається санкція за правопорушення, наслідок, передбачений законом на випадок його вчинення. Підставою для застосування до правопорушника заходів відповідальності є вчинення правопорушення, визнаного таким відповідно до закону або договору. Ст. 58 Конституції України наголошує, що закони та інші нормативно-правові акти не мають зворотної дії в часі, крім випадків, коли вони пом'якшують або скасовують відповідальність особи. Застосування заходів відповідальності можливе лише за умови, що це передбачено Законом або договором, який не суперечить Закону. У ст. 30 Закону України «Про туризм» також акцентовано, що порушення законодавства в галузі туризму тягне за собою відповідальність згідно із законом. У цій статті наведено перелік правопорушень у галузі туризму і зазначено, що законами може передбачатися відповідальність і за інші правопорушення. Стаття не визначає конкретних санкцій для правопорушника, вони вказані у відповідних законах. У Законі України «Про туризм» закладено галузевий підхід до визначення переліку правопорушень у галузі туризму (правопорушення у сфері господарської діяльності, у сфері встановленого порядку управління, у сфері договірних відносин між туристом та суб'єктом туристичної діяльності тощо). Відповідно у разі вчинення правопорушень настає кримінальна, адміністративна або цивільна відповідальність.

Кримінальною відповідальністю є санкція, що передбачена Кримінальним кодексом України на випадок вчинення особою суспільно небезпечного діяння (злочину). Так, Кримінальний кодекс України передбачає кримінальну відповідальність: за здійснення туристичної діяльності без отримання відповідного дозволу — ліцензії (ст. 202); незаконне втручання у здійснення туристичної діяльності (ст. 206); незаконне збирання з метою використання відомостей, що становлять комерційну таємницю (ст. 231), розголошення комерційної таємниці (ст. 232), розголошення відомостей що становлять конфіденційну або іншу інформацію, яка охораняється законом, а також за інші випадки, передбачені Кримінальним кодексом України. Кримінальна відповідальність може покладатися лише на фізичну особу, яка винна у вчиненні злочину. Адміністративна відповідальність — санкція на випадок вчинення адміністративного правопорушення (проступку), тобто протиправної, винної дії чи бездіяльності, яка посягає на громадський порядок, власність, права і свободи громадян, встановлений порядок управління. У галузі туризму вона може наставати у разі: здійснення туристичної діяльності без отримання відповідного дозволу (ліцензії) (ст. 164 Кодексу України про адміністративні правопорушення); порушення законодавства про захист прав споживачів (ст. 1561 Кодексу України про адміністративні правопорушення); надання туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації, без її проведення в установленому порядку; порушення вимог стандартів, норм і правил у галузі туризму (ст. 1681 Кодексу України про адміністративні правопорушення); незаконного використання категорії об'єкта туристичної інфраструктури (ст. 1701 Кодексу України про адміністративні правопорушення); інших правопорушень.

Адміністративна відповідальність за адміністративні правопорушення, що передбачені Кодексом України про адміністративні правопорушення, вчинені фізичними особами (посадовими, службовими), покладається лише на них. Адміністративна відповідальність передбачена також у ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів». Деякі санкції за порушення в галузі туризму передбачено Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності». Санкції, передбачені законодавством у сфері захисту прав споживачів та ліцензування господарської діяльності, застосовують безпосередньо до суб'єктів туристичної діяльності.

Підставою для настання цивільної відповідальності є порушення зобов'язань (як договірних, так і позадоговірних). У разі порушення умов договору між туристом і суб'єктом туристичної діяльності до порушника застосовують санкції з тими правовими наслідками, що передбачені договором або законом, зокрема: припинення зобов'язання внаслідок односторонньої відмови від зобов'язання, якщо це встановлено договором або законом, або розірвання договору; зміна умов зобов'язання; сплата неустойки; відшкодування збитків та моральної шкоди.

Деякі питання туристичної діяльності з правового погляду неврегульовані, для цього необхідно розробити відповідні нормативно-правові акти. До таких проблем належать певні аспекти податкового законодавства, адаптації міжнародних актів, удосконалення будівництва об'єктів туристичної інфраструктури, діяльності тайм-шерінгових компаній, сільського (зеленого) туризму та ін.