

УДК 338.48:316

Зайцева М. М.

кандидат економічних наук, старший викладач
Харківської державної академії культури
(Україна).

СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стаття присвячена розгляду особливостей туризму як соціального явища, впливу туризму на соціокультурну інтеграцію, взаємодії туризму й міграції. Проаналізовані соціально-культурні аспекти туризму, виходячи із сутності туризму, соціальних інтересів і потреб суспільства. Розглянуті соціально-культурні функції туризму, розкритий соціально-культурний потенціал туризму.

Ключові слова: туризм, соціально-культурний потенціал туризму, індустрія туризму, соціологічний аналіз, соціальні функції, туристична діяльність, соціальний аспект.

Статья посвящена рассмотрению особенностей туризма как социального явления, влиянию туризма на социокультурную интеграцию, взаимодействию туризма и миграции. Проанализированы социально-культурные аспекты туризма, исходя из сущности туризма, социальных интересов и потребностей общества. Рассмотрены социально-культурные функции туризма, раскрыт социально-культурный потенциал туризма.

Ключевые слова: туризм, социально-культурный потенциал туризма, индустрия туризма, социологический анализ, социальные функции, туристическая деятельность, социальный аспект.

The article is sanctified to consideration of features of tourism as the social phenomenon, to influence of tourism on sociocultural integration, to co-operation of tourism and migration. The sociocultural aspects of tourism are analyzed, coming from essence of tourism, social interests and necessities of society. The sociocultural functions of tourism are presented, sociocultural potential of tourism is exposed

Keywords: tourism, sociocultural potential of tourism, tourist industry, Sociological Analysis, social functions, tourist activities, the social aspect.

© Зайцева М. М., 2016

На сьогодні туризм є невід'ємною частиною життя суспільства розвинених країн і одним із засобів задоволення потреб людей у відпочинку та дозвіллі. Туристична діяльність є однією з найбільш високодохідних і таких, що динамічно розвиваються галузей економіки багатьох країн, яка представляє третину світової торгівлі послугами.

В соціальному аспекті туризм є індикатором рівня життя населення, сприяє збереженню культурної спадщини та історичних цінностей, формуванню взаємного інтересу людей різних національностей, веде до зростання толерантності та поваги між ними, стабілізації міжетнічних і міжнародних відносин.

Виникнення індустрії масового туризму, зміна соціокультурних пріоритетів у мотивації подорожей окремих груп населення обумовлюють необхідність його аналізу як одного з найважливіших показників відмінностей між соціальними верствами сучасного суспільства. Соціологічний метод дослідження туризму дозволяє аналізувати цілі, інтереси, мотиви, звички й традиції як гостей, так і жителів приймаючої країни, вивчати індивідуальну та групову поведінку туристів [1, с. 37].

Станом на сьогодні вивчення туризму як соціального явища набуває більш складної структури. В той же час практично відсутні комплексні дослідження з питань, що стосуються туризму як багатовимірного інтегративного явища в соціокультурному просторі. Практично не проводяться дослідження ролі туризму в розвитку особистості і в реалізації її життєвих установок. Так само дискусійним і неопрацьованим залишається питання про співвідношення туризму та міграції.

Туризм став областю наукових досліджень різних дисциплін, в першу чергу економіки, географії, соціології, історії, психології, філософії, коли почав активно розвиватися в другій половині ХХ століття. Дослідження проблем туризму проводяться переважно на межі різних наукових дисциплін.

Вивченням туризму з точки зору соціологічного підходу займалися багато західних дослідників, зокрема Е. Коен, Д. Маккенел, К. Роджек, Дж. Уррі, З. Бауман. В їхніх роботах представлені різні інтерпретації впливу туризму в соціокультурному просторі на регіональному, національному та глобальному рівнях. Туризм розглядається також у роботах вчених пострадянського простору В. Азара, М. Біржакова, І. Власової, А. Галіздри, В. Гуляєва, І.

Зоріна, О. Львіної, В. Квартальнова, Є. Ліствіної, Ю. Путрика, В. Сеніна, А. Чудновського. Специфіки туризму як соціального явища, що має певні характеристики та функції, стосуються роботи М. Покровського, Т. Черняєвої, С. Щеглова. Різні соціальні та культурні аспекти туризму аналізувалися в працях А. Абукова, Л. Акімової, З. Баумана, І. Белоліпського, А. Бессольцева, Є. Богданова, Ю. Веденіна, П. Городецького, І. Зоріна, Ю. Кузнєцова, А. Орлова, О. Осауленка, А. Фенько та ін.

Мета статті – проаналізувати соціокультурні аспекти туризму, виходячи з основних підходів до сутності туризму, його специфіки як об'єкта соціологічного аналізу, впливу туризму на соціокультурну інтеграцію України в міжнародний соціум.

Туризм – це різновид дозвілля, пов'язаний з тимчасовим переміщенням людей із місця свого постійного проживання в іншу країну або іншу місцевість у межах своєї країни. Воно здійснюється у вільний час з метою отримання задоволення, пізнання, відпочинку, оздоровлення, лікування, відвідування гостей, але без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Туризм взаємодіє з рекреацією, тому що поєднує в собі такі види діяльності, як розширення пізнання та відновлення сил. Туристична діяльність являє собою діяльність комплексного характеру й один з видів дозвільної життєдіяльності, в процесі якої відновлення працездатності поєднується з культурно-пізнавальною, духовно-моральною, розважальною та рекреаційною діяльністю; це діяльність, пов'язана з масовим туристичним рухом, що здійснюється з використанням природно-кліматичних та історико-культурних туристичних ресурсів, матеріально-технічної бази туризму та інших важливих чинників, які визначають рівень і якість обслуговування. Туризм можна розглядати як різновид міграції населення, а туристські потоки – як реалізований туристський попит.

Таким чином, туризм виконує не тільки економічні, але й соціальні функції: функцію соціалізації, когнітивну, комунікативну, медитативну функції, функцію формування і задоволення туристських потреб. А різноманіття видів туризму визначається функціональним навантаженням цієї сфери життєдіяльності [2, с. 114].

Туризм сьогодні є одним з найбільш ефективних засобів розширення взаємодії представників різних культур і країн, важливим механізмом управління міжкультурним діалогом

народів, шляхом вироблення принципів співпраці на міжнародному рівні. Одним з критеріїв включення країни в процеси глобалізації є рівень розвитку туризму як соціального інституту, що сприяє реалізації принципів відкритості, партнерства та міжкультурної взаємодії.

В соціологічній інтерпретації туристична діяльність являє собою процес взаємодії на індивідуальному, груповому та соціальному рівнях, спроможний суттєво впливати на різні сфери життєдіяльності суспільства, де туристи – це соціальні групи, що поєднують відпочинок з пізнанням історії, культурних цінностей, навчанням, підтримкою здоров'я тощо [3, с. 16]. Таким чином, туризм є предметом вивчення соціології туризму, де розглядаються його сутнісні характеристики з урахуванням як об'єктивних, так і суб'єктивних можливостей: соціальні умови, що сприяють вибору способу відпочинку, напрямків подорожі; різні аспекти поведінки й мотивації туристів; вплив на мотивацію таких факторів, як: вік, національність, соціальний стан, освіта, місце проживання, культурний багаж [4, с. 38].

Соціологія туризму як спеціальна галузь соціологічної науки пропонує нові підходи до вивчення соціальної складової феномену туризму, його впливу на зміни в соціальній структурі й соціальну стратифікацію суспільства, а також соціальну ситуацію з врахуванням впливу туристичних потоків і міграційних процесів на соціальну мобільність, зміну рольових установок і поведінкових характеристик як самих туристів, так і соціуму, що їх приймає.

Соціологія туризму як галузь соціологічного знання виконує такі функції:

– в якості основної – пізнавальну або гносеологічну функцію, яка проявляється в тому, що в її рамках пізнається та чи інша країна, процес функціонування та усі державно-правові явища цієї країни, вона надає можливість пізнати природу, клімат, історію, культуру, звички, традиції тощо різних країн, тому що найбільш масовим та традиційним типом туризму залишається культурно-пізнавальний туризм, заснований на потребі в розширенні знань з різних напрямів;

– описово-діагностична функція полягає в систематизації, описі, накопиченні дослідницького матеріалу з проблем стану, динаміки й тенденцій туристських потоків, виявленні найбільш гострих соціальних проблем, пов'язаних зі сферою туризму;

– прогностична функція пов'язана з виділенням тенденцій, закономірностей протікання та перспектив розвитку туристичних процесів, факторів їх уповільнення або інтенсифікації та розробкою короткострокових і довгострокових прогнозів інтенсивності, спрямованості, масштабів, типів туристських потоків, а також найбільш ефективних соціальних та економічних форм адаптації туристів в місцях прибуття;

– інструментальна функція пов'язана з розробкою методів соціологічного аналізу туристських процесів, методики і техніки збору, аналізу соціологічної інформації, з виробленням соціальних технологій регулювання туризму;

– практико-соціоінженерна функція орієнтована на розробку практичних рекомендацій різним управлінським структурам для ухвалення обґрунтованих рішень та розробку моделей, що описують механізми організаційних змін для внесення своєчасних корективів в організацію туристичних потоків;

– ідеологічна функція пов'язана з тим, що соціологія туризму, як і соціологія в цілому, будучи науковою дисципліною, не може не відображати соціальні інтереси різних верств і груп суспільства щодо туризму та його наслідків для суспільства.

Об'єктом соціології туризму є сфера мотивації. Дослідження мотиваційної складової передбачає аналіз ціннісних орієнтацій особистості. Ціннісні орієнтації розуміються як центральний компонент свідомості, що забезпечує стійкість особистості, виражену в спрямованості потреб та інтересів і виступають найважливішим детермінуючим фактором, що регулює мотивацію особистості. Зв'язок потреб і цінностей проявляється в тому, що потреби людини залежать не тільки від особливостей її організму, але й обумовлені процесом виховання в широкому сенсі слова, тобто залучення до світу людської культури. Брак благ, блокада базових фізіологічних потреб в їжі, відпочинку, безпеці призводить до того, що ці потреби можуть стати для звичайної людини провідними. Але якщо базові, первинні потреби задоволені, то у людини можуть з'явитися вищі потреби, метамотивації (потреба в розвитку, в розумінні свого життя, в пошуку сенсу власного життя) [5, с. 39].

Туризм є стійким видом дозвільної активності особистості, спрямованої на задоволення потреб у збереженні та зміцненні здоров'я, пізнанні, спілкуванні, саморозвитку, розвагах і т.п.

Соціокультурна потреба в туризмі – це потреба в об'єктах, необхідних для існування й розвитку індивіда, що виступає джерелом його активності. Розгалужена структура дозвільних потреб, специфіка ціннісної свідомості сучасної людини, а також особливості соціального, культурного та економічного статусу різних соціальних груп визначають різноманіття туристських мотивів, які здійснюють значний вплив на вибір дозвільної діяльності особистості. Тому мотивація в туризмі залежить як від дозвільних потреб, так і від цінностей, що впливають на сприйняття особистістю навколишнього світу та її поведінку [6, с. 33].

Соціокультурний потенціал сфери туризму – це наявність можливостей для задоволення соціокультурних потреб людей в туристичних послугах. Соціокультурний потенціал сфери туризму можна класифікувати за такими ознаками: національна приналежність; мета поїздки; транспортні засоби, що використовуються на маршруті; способи пересування; засоби розміщення туристів; час подорожі; тривалість подорожі; склад групи; організаційні форми; принципи формування ціни на продукт [7, с. 23].

Найважливіша соціокультурна характеристика туризму полягає в тому, що він є соціальною практикою, що змінює людину й позиціонує її в соціальному просторі, реалізується через соціалізуючу, комунікативну, когнітивну, рекреаційну, медіативну, рекламну функції, функцію формування та задоволення туристських потреб. Механізм функціонування феномену туризму визначає вплив туристичної діяльності на рівні внутрішнього світу людини, міжособистісних відносин, соціуму, фокусуючи найбільш значні трансформації сучасної соціокультурної ситуації, в результаті чого туристський досвід стає соціально значущим [8, с. 27].

Основними функціями туризму є соціальна, економічна, рекреаційна, гедоністична, пізнавальна, світоглядна й аксіологічна. При цьому різні види туризму реалізують іноді одночасно декілька функцій. З урахуванням різноманітності видів і функцій сфера туризму має всі необхідні можливості для реалізації потреб особистості в дозвіллі, ступінь задоволення яких виражається в соціокультурній ефективності туризму як галузі життєдіяльності особистості.

Соціокультурні функції туризму найтіснішим чином пов'язані з культурним розвитком суспільства, ціннісними пріоритетами

та орієнтирами соціуму:

– феномен туризму в певному сенсі означає схвалення співіснування культур в індивідуальному досвіді;

– взаємозбагачення транснаціональних форм загальнонародської культури відбувається завдяки обміну соціокультурною інформацією між туристами. В цьому відношенні феномен туризму відіграє найважливішу роль каналу культурної міжцивілізаційної взаємодії, проте необхідно відзначити, що до масових практик туризму ведуть споживчі пріоритети сучасного суспільства;

– специфіка розвитку міжнародного туризму полягає в тому, що туризм все більше стає комерційно-споживчим каналом глобального культурного обміну. Культура і традиція оформлюються як товар, який виставляється на ярмарку культур. Туризм, що перетворюється на могутню галузь, – один із символів глобалізації. Далеко не всі країни в силах створити та підтримувати інфраструктуру туризму, що знову веде до комунікаційної нерівності. Там, де культура не встигає перетворитися у товар, вона піддається забуттю. Нові комунікаційні можливості ведуть лідерів глобалізації не тільки до збільшення власної економічної та політичної могутності, але витісняють локальні культури й життєві світи, які є основою існування локальних спільнот [9, с. 44].

Використання соціокультурних можливостей туристичного бізнесу (рекреація, зміна ролей, підтвердження статусу, карнавалізація і т.п.) різними групами населення в цілому визначається соціально-демографічними та культурними чинниками. Відомо, що в сучасному світі найбільшою потребою в інноваціях, пов'язаних із проведенням дозвілля, відрізняються бізнесмени та молодь. Однак якщо для першої групи дійсно притаманний високий рівень матеріальної забезпеченості а експериментування в області проведення вільного часу в подорожах не викликає соціально суперечливих наслідків, то для молоді завищений рівень дозвільних потреб перетворюється на соціальну проблему.

В Україні сьогодні важливим показником соціальної диференціації багатих, забезпечених та бідних є різноманітність туристичного відпочинку, що характерно для суспільства, яке трансформується. Туризм став поширеною практикою середнього класу. Ці процеси впливають на соціальний тип сучасного українського туриста. В даний час туристи, крім знайомства з історією іншої країни, прагнуть

більше дізнатися про побут людей, їх повсякденне життя, звички, звичаї та традиції.

Сучасний туризм в Україні склався під впливом ряду загальноекономічних чинників, властивих сьгоднішній світовій економіці: проникнення та активне впровадження інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності; дерегуляція й децентралізація авіаперевезень і фінансових послуг; виявлення та боротьба з негативним впливом масового туризму на приймаючі країни; заміщення пляжного туризму іншими видами туризму; боротьба за збереження навколишнього середовища; зміна споживчих смаків, кількості вільного часу, способу життя й виду праці, рівня та розподілу доходів. Соціальні та демографічні зміни, які відбуваються в Україні, змінюють поведінку та стереотипи індивідуумів, що складаються під впливом різних соціально-економічних, культурних умов, психологічних, морально-етичних, національних звичок та особливостей людей. Всі ці зміни впливають на соціальний тип сучасного туриста.

Висновки. Туризм в сучасних умовах є одним з важливих засобів реалізації соціокультурних цінностей у сфері дозвілля. Стримує розвиток туризму в Україні нерозвиненість туристичної інфраструктури, відсутність практики створення сприятливих умов для інвестицій в засоби розміщення туристів і туристичну інфраструктуру, несприятливий візовий режим, невисокий рівень сервісу, недосконалість законодавчої бази. Створення розвиненої туристичної індустрії може вирішити багато соціальних проблем держави. Доходи від залучення іноземних туристів можуть стати важливою статтею доходів державного бюджету. Для реалізації цих завдань державі слід вкладати кошти в створення та розвиток інфраструктури вітчизняного туризму, визначити найбільш перспективні напрями його розвитку, оскільки туризм є найменш капіталомісткою галуззю економіки, що обіцяє швидко віддачу.

Література

1. Антоненко В.Г. Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур // Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (10-11 жовтня 2001 р.). – К., 2002. – С. 37-41.
2. Григорьева Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности / Е.И. Григорьева – Тамбов: ТГУ им. Державина, 2011.

– 284 с.

3. Киселева Т. Г. Социально-культурная деятельность / Т.Г. Киселева.– М. : Инфра-М, 2012. – 127 с.

4. Крупенина Т. Социальные проблемы развития индустрии туризма // Управление персоналом. – 2001. – №5. – С. 38-43.

5. Горський С.В. Соціологія туризму / С. В. Горський // Соціологія: навчальний посібник. – К, 2003. – 256 с.

6. Соколова М. В. Психологическая мотивация в туризме // Объединенный научный журнал. – 2006. – №15(175). – С. 32-38.

7. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова – М. : Финансы и статистика, 2010. – 284 с.

8. Ковальчук А.С. Социально-культурная деятельность: педагогические ресурсы / А. С. Ковальчук.– Ростов н/Д : ИПО ПИ ЮФУ, 2011. – 248 с.

9. Петрова Е. В. Туризм как объект социологического анализа // Вестник Московского государственного областного университета (серия «Философские науки»). – М. : 2008, №3 – С. 42-49.