

УДК 37.013

Цитування:

Осієвський В. В. Становлення та концептуалізація соціокультурного дискурсу в зарубіжному туризмознавстві. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 3. С. 81–87.

Osievskiy V. (2023). Formation and Conceptualisation of Socio-Cultural Discourse in Foreign Tourism Studies. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 3, 81–87 [in Ukrainian].

Осієвський Валерій Валерійович,
викладач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Київського національного університету культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0002-5123-3723>
lerzzos@gmail.com

СТАНОВЛЕННЯ ТА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ДИСКУРСУ В ЗАРУБІЖНОМУ ТУРИЗМОЗНАВСТВІ

Мета статті – дослідити процеси становлення та концептуалізації соціокультурного дискурсу в зарубіжному туризмознавстві, з'ясувати його вплив на формування «науки про туризм». **Методологія дослідження** включає загальнонаукові принципи систематизації та узагальнення досліджуваної проблеми, які дали змогу представити туризмознавство як галузь наукового знання крізь призму взаємодії різних дискурсів і шкіл. Мета й завдання статті зумовили застосування соціокультурного підходу, що дало можливість окреслити ширший контекст представлення галузі порівняно з загальноприйнятим «економіко-географічним» підходом. Використання методу історико-наукового аналізу сприяло виявленню динаміки знання та дискусій в зарубіжному туризмознавстві. **Наукова новизна** полягає у розгляді контексту та проблемного поля, в рамках якого відбулося становлення та концептуалізація соціокультурного дискурсу в зарубіжному туризмознавстві, а також з'ясовано, що він відіграв одну з конститутивних ролей у формуванні «науки про туризм». **Висновки.** Становлення соціокультурного дискурсу в західних туризмознавчих студіях пов'язано з двома факторами: по-перше, з розширенням диференціації соціологічного знання стосовно різних галузевих напрямків, що спровокувало інтерес до туризму як виду діяльності на рівні теоретичного осмислення феномену та концепту, а, по-друге, появою у 1960-х рр. соціології туризму як альтернативного «класичній» туризмології напряму, що допоміг осягнути туризм як складний та багатограний соціокультурний феномен. Завдяки соціокультурному підходу в зарубіжному туризмознавстві було вперше акцентовано увагу і розглянуто низку важливих тем: туризм як «демократична подорож»; туризм як сучасна варіація традиційного паломництва; туризм як процес акультурації; туризм як тип етнічних відносин; туризм як форма неокolonізації; соціально-психологічні аспекти туризму; туристичний брендинг крізь призму системи знаків і символів, пов'язаної з соціальним конструюванням ідентичності та ін.

Ключові слова: зарубіжне туризмознавство, соціокультурний дискурс, історія науки, туризм як відображення культурних питань і тем, соціологія туризму, туризмознавчі школи.

Osievskiy Valery, Lecturer, Department of Hotel and Restaurant and Tourism Business, Kyiv National University of Culture and Arts

Formation and Conceptualisation of Socio-Cultural Discourse in Foreign Tourism Studies

The purpose of the article is to research the processes of formation and conceptualisation of socio-cultural discourse in foreign tourism studies and find out its influence on the formation of “tourism science”. **The research methodology** includes common science principles of systematisation and generalisation as a branch of scientific knowledge through a prism of cooperation between different discourses and schools. The purpose and task of the article have predetermined the applying of socio-cultural approach that gave the opportunity to outline the wider context of the representation of the branch in comparison to common “economic-geographically” approach. The usage of the method of historical-scientific analysis helped to identify the knowledge dynamics and discussions in foreign tourism studies. **Scientific novelty** lies in the context consideration and the problematic field in the frames of which took place the formation and conceptualisation of socio-cultural discourse in foreign tourism studies and also was found out that it had played one of the constitutive roles in the formation of the “tourism science”. **Conclusions.** The formation of socio-cultural discourse in western tourism studies connected with two factors: firstly, the expansion the differentiation of sociological knowledge about different branch directions that provoked an interest in tourism as a kind of activity on the level of theoretical understanding phenomenon and concept, and, secondly, appearing in the 1960s the sociology of

tourism as an alternative “classical” tourism direction as a complex and multifaceted socio-cultural phenomenon. Thanks to socio-cultural approach in foreign tourism studies were firstly focused on and considered a number of important topics: tourism as a “democratic travelling”; tourism as a modern variation of a traditional pilgrimage; tourism as a process of acculturation; tourism as a type of ethnic relationships; tourism as a form of neo-colonisation; socio-psychological aspects of tourism; touristic branding through a prism of signs and symbols’ system connected with the social construction of identity.

Keywords: foreign tourism studies; socio-cultural discourse; history of science; tourism as a reflection of cultural questions and topics; tourism sociology; tourism schools.

Актуальність теми дослідження. Становлення теоретичного туризму, «туризмознавства» чи «туризмології» як галузі наукового знання і наукового міждисциплінарного напрямку пов’язують саме з західноєвропейськими туризмознавчими школами, тоді як Західну Європу справедливо вважають «колискою туризму». Невипадково різні вчені та експерти наголошують на міждисциплінарності цього наукового напрямку, оскільки в сучасному світі туризм є доволі складним й багатограним соціокультурним феноменом, через що жодна з існуючих наук не здатна повністю та вичерпно осягнути його як об’єкт власних досліджень й жоден соціально-економічний інститут не в змозі самостійно вирішити комплекс пов’язаних з ним проблем.

Туризм як наукове поняття і теорія туризму – надбудова над усталеною практикою в галузі, що має досить давню історію (від раннього історичного періоду до глобалізації туристичної індустрії), і, власне, в результаті осмислення якої виникли туризмознавчі студії. Його становлення пов’язане з тенденцією кінця ХІХ – початку ХХ ст. – розширення диференціації соціологічного знання стосовно різних галузевих напрямків, що спровокувало інтерес до туризму як виду діяльності на рівні теоретичного осмислення феномену та концепту і в плані можливостей емпіричного аналізу існуючих тенденцій у рамках туристичних інтересів і напрямків. Майже паралельно в рамках зарубіжної «науки про туризм» почали формуватися два дискурси – економіко-географічний та соціокультурний. Останній поки залишається мало вивченим в українській культурології, що підкреслює актуальність даної розвідки.

Аналіз досліджень і публікацій. Останнім часом з’являється все більше робіт, присвячених культурологічному аналізу туризму, або ж історичному та історіографічному дослідженню туризмології, її становленню як галузі знання. Серед найбільш знакових і вагомих варто назвати праці Р. Бахлайтера, Ч. Р. Голднера, Е. Кохена, Р. Лаша, І. Морта, А. Пауля, Г. Річардс, Дж. Р. Б. Річі, Г. Споуда, Дж. Уррі, С. Чена та ін.

Українські автори теж приділяють цій проблематиці увагу. Йдеться про роботи Л. Божко, В. Васильчука, П. Вербицької, А. Гаврилук, С. Дичковського, М. Шевелюка та ін. Водночас коло дискусій та актуальність проблематики в цьому аспекті, враховуючи зв’язки економіко-географічного, соціокультурного та міждисциплінарного дискурсів в контексті туризмознавчих студій сьогодні, не є вичерпними та потребують подальшого вивчення.

Мета роботи – дослідити особливості становлення та концептуалізацію соціокультурного дискурсу в зарубіжному туризмознавстві, виявити роль й значення цього дискурсу для «науки про туризм».

Виклад основного матеріалу. Систематизація знань про туризм почалась наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. Мова про роботи Дж. Ангерера, Е. Фрьолера і Й. Штраднера. Вирішальне значення відіграла поява книги останнього «Туризм. Економічне дослідження» (*Der Fremdenverkehr. Eine volkswirtschaftliche Studie*) у 1905/17 рр. Це перша робота, в якій туристи позначалися як споживачі, що подорожують відпочинку та розваг, завдяки чому туризм істотно різнився від «люксового споживання» природних ресурсів чи об’єктів культури. З того часу термін «Fremdenverkehr» (нім.), «stranger's traffic» (англ.), тобто «поїздки мешканців інших місць» спершу закріплюється у Німеччині, а згодом перекладається та потрапляє до багатьох інших мов. Приміром, у романських мовах дещо згодом починає переважати французький неологізм «tourisme» (походить від старого терміна *touriste*), котрий лише у 1950-1970-х рр. витіснив «Fremdenverkehr» та його переклад.

Окремо відзначимо праці Е. Фльолера «Значення туристичної статистики» (1896) та К. Шпютца «Географічні умови і наслідки туризму в Тіролі» (1919), у якій розкрито економічне та соціокультурне значення гостьового промислу для поселенської інфраструктури. Слідом за К. Фльорером Р. Енгельман застосував також статистичні методи дослідження до туризму [1], а представники французької школи (Р. Бланшар,

Ж. Брюн, П. Відаль де ла Блаш, Ш. Депре та ін.) заклади підвалини напрямку «географія людини» і поглибили студії з географії туризму. У цьому ключі була написана робота професора Ягелонського університету (Краків) С. Лецицького «Географія туризму як науковий підхід до вирішення туристичних проблем» (1932), в якій він розширив трактування географічної домінанти та вивів проблематику на міждисциплінарний рівень, порушивши комплекс географічних, економічних, юридичних, статистичних, культурних і соціальних проблем [8]. Даний підхід пов'язаний як з географічним середовищем, так і з культурою та різнобічною природою людини, що виводить географічне вивчення туризму на якісно новий рівень і актуалізує культурологічний підхід.

Після Першої світової війни, головним чином, у Німеччині з'явилося безліч статей, книг та дисертацій з економічних чи географічних аспектів туризму. Про актуальність проблематики туризмології свідчить потрапляння у 1930-х рр. запропонованого Й. Штраднером терміну «Fremdenverkehr» до найпопулярнішої німецької енциклопедії Брокгауза, хоч і з дещо розширеним його значенням – подорож з метою бізнесу, відпочинку, задоволення чи чогось іншого [25]. Цю статтю до енциклопедії написав економіст Роберт Глюксман, що, незважаючи на раніше проведені семінари з туризму Анжело Маріотті в університеті Риму з 1924 р., вважається першим професором з даної проблематики [9]. У 1928/29 рр. він створив при Комерційному університеті Берліна дослідницький інститут туризму (Forschungsinstitut für den Fremdenverkehr) та перший науковий журнал – «Архів з туризму» (Archiv für den Fremdenverkehr).

Будучи зацікавленим здебільшого у практичних розробках, Р. Глюксман назвав нову академічну галузь «вченням про туризм» (Fremdenverkehrslehre) та поклав в її основу міждисциплінарний підхід, який включав економічні, організаційні, соціологічні, правові, географічні, історичні, метеорологічні та медичні аспекти. У створеному ним журналі було опубліковано чимало цікавих статей, серед яких, зокрема, і праця провідного соціолога Леопольда фон Візе, що розглядав туризм як міжособистісні стосунки, і котра вважається однією з перших теоретико-туристичних розвідок [12]. З огляду на глобальну економічну кризу та прихід нацистів до влади у 1935 р. інститут закривають, проте на його основі завдяки зусиллям Р. Глюксмана

та його помічника географа Адольфа Грюнталя, який своїх працях концептуалізував зміст і наукові завдання географії туризму, було створене наукове товариство, яке стимулювало наукові пошуки в інших країнах і заклало фундамент для появи національних туризмознавчих шкіл (австрійської, німецької, британської, датської, швейцарської, французької, польської, болгарської та ін.) [2, 63].

Окремо варто б відзначити північноамериканську туризмознавчу школу (Р. Макінтош, К. Мак-Меррі, М. Браун, С. Стенсфілд, Дж. Елліс та ін.), яка почала формуватися у 1920-1930-х рр. й вивчала проблематику раціонального природо-користування та рекреаційних ресурсів, охорони природи для розвитку туризму й відпочинку населення, інфраструктурного середовища дозвілля. Американські дослідники збагатили категоріальний апарат туризмознавства («нові цивілізації відпочинку», «дозвілля поліс» та ін.), вивели на новий якісний рівень застосування соціологічних методів в туристичних дослідженнях, використали прийоми системного моделювання, математичний інструментарій (елементи диференціального аналізу, матричної алгебри, теорії ймовірності) та інші міждисциплінарні методики. У рамках традиції цієї школи написані ґрунтовні праці Ч. Голднера та Б. Рітчі «Туризм: принципи, практики, філософії» [14], а також робота з аналогічною назвою у співавторстві з Р. Макінтошем [15], в яких проаналізовано можливості та виклики, котрі постали перед туристичною галуззю у сучасному суспільстві, основні принципи і практики туризму, а також викладені пропозиції щодо вдосконалення туристської діяльності.

Знаковим виявився 1942-й, адже саме у цьому році Берлінський інститут та «Архів з туризму» Р. Глюксмана визнані «першим та унікальним кроком» назустріч «науковому розумінню туризму». Цього ж року відомі швейцарські економісти Вальтер Гунцікер і Курт Крапф публікують збірник «Нарис загальної теорії туризму» [17], який, за словами Х. Шпode, впродовж багатьох років слугував своєрідною «біблією» під час підготовки кадрів й перевидавався до 1996 р. [24]. У ньому автори запропонували власне трактування терміну туризм, конкретніше ніж у Р. Глюксмана: спрощене уявлення відносин та процесів, породжених у зв'язку з тимчасовим перебуванням нерезидентів, за умови, що таке перебування не веде до стабільного

проживання з метою постійної чи тимчасової активності для отримання основного прибутку [24, 47]. Таке трактування виключало міграцію та, певною мірою, ділові поїздки, проте передбачало майже всі інші види, причини й мотиви подорожей. З незначними модифікаціями воно було взято на озброєння міжнародними організаціями (AIEST, OECD, IMF та ін.) та більше відповідало комерційним та технічним цілям, детермінуючи розвиток туризмології у післявоєнний період.

Ще один цікавий момент полягає у тому, що на відміну від глюксманового міждисциплінарного підходу, післявоєнна туризмологія зосередилася на більш вузькому колі питань й переходила в прикладну науку та різновид економіки підприємництва, віддаляючись від інтересів соціології чи історії. В. Гунцікеру не імпонувала ця «вузькість» нової теорії туризму, тому він намагався створити «нову дисципліну», яка, будучи галуззю соціології, орієнтувалася б на «систему культури як цілісність». Але, як зауважує вже згаданий Х. Шпode, його амбітний план провалився [23]. Подібний хід думок видається цікавим і перспективним, якщо врахувати мету і завдання даного культурологічного дослідження.

У 1960-х рр. виникає соціологія туризму як альтернативний напрям щодо «класичній» туризмології, що переважно орієнтована на економіку. Не зважаючи на слабшу інституційну базу, порівнюючи з «класикою», її вплив на дискурс туризму був і залишається набагато більшим. Йдеться, як про ранню соціологію туризму (Г. М. Енценсбергер, Г. Ган, Г.-Й. Кнебель, Е. Шойх та ін.), так і про більш пізні та вже зовсім новітні роботи у цьому ключі, де обґрунтовується та розвивається соціокультурний напрямок науки, який трактує туризм звужено, що відповідає буденному його сприйняттю як міграції до місць відпочинку з метою насолоди. Важливими кроками у цьому напрямку стали вихід першого після «Архіву» Глюксмана мультидисциплінарного журналу з соціокультурного туризму – «Annals of Tourism Research» (1973) [4], антологій та енциклопедій з антропології та соціокультурного туризму [22].

Е. Кохен у праці «Соціологія туризму: концепції, результати дослідження» [9] виокремлює дві основні сфери впливу туризму: соціально-економічну (цінова структура, міжнародний обмін, структура зайнятості, розподіл прибутку, власності та контролю) та соціокультурну (міжособистісні стосунки,

залучення громадськості до широкої структури національних та міжнародних систем, ритм соціального життя, соціальна організація, стратифікація, поділ влади, мистецтво, традиції, міграція, девіації). Дослідник ставить за мету проаналізувати туризм саме як соціологічну категорію, а також виокремлює та аналізує вісім найбільш поширених концепцій його вивчення: туризм як «комерціалізована гостинність»; туризм як «демократична подорож»; туризм як сучасна варіація традиційного паломництва; туризм як відображення основних культурних питань і тем; туризм як процес акультурації; туризм як тип етнічних відносин; туризм як форма неокolonізації.

З-поміж іншого, Е. Кохеном було запропоновано розглянути взаємини у сфері туризму на трьох рівнях: макrorівень – розвиток туризму в контексті зміни суспільних відносин; мезорівень (регіональний) – взаємодія туриста як гостя та мандрівника з місцевою спільнотою; мікрорівень – ідентифікація туриста та його мотивації [10]. У подальших соціологічних та соціокультурно орієнтованих студіях ці ідеї були розвинені.

Інший німецький соціолог Р. Бахлайтер [5] пропонує концепцію вивчення туризму, яка вміщує наступні блоки: осмислення «спільноти мандрівників», виявлення значимості мобільності, емоційний вплив мобільності на людей. Він наголошує на важливості наступної логіки аналізу туризму: «сутнісні фактори», тобто визначення соціального контексту (об'єктивні обставини мобільності, динаміка рівня добробуту та наявності вільного часу) → «близькі до туризму фактори» або соціокультурні фактори (уявлення про цінності життя, вимоги роботодавців, індустрія розваг) → «далекі від туризму фактори» (суспільно-політичні аспекти (тероризм) чи питання адаптації здоров'я (щеплення)). Також німецький соціолог аналізує вплив подорожей на самих мандрівників, загалом соціальних зміни, пов'язані з розвитком туризму, та окреслює культурні феномени та проблеми туризму, особливо у процесі міжкультурної комунікації. Приміром, під час опису діалогу культур, застосовує термін «інформаційна сила туризму», а ще наголошує на важливості проблеми «свій – чужий» при взаємодії людей різних культур.

А. Пауль у своїй праці «Німецьке життя під карибським сонцем. Невелика соціологія туризму» [19] наголошує на необхідності «культурно-соціологічного» аналізу даного феномену. Відштовхуючись від тези Д.

Борстін про «псевдо-події» та «зникаюче мистецтво подорожі», вчений фокусує увагу на феноменах переживань та «специфічно модерністських потребах у спілкуванні», апелюючи до туризму з метою демонстрації змін суспільних відносин та потреб у XXI ст. Це помітно під час спроби ввести до наукового обігу термін «посттуристи», що означає туристів епохи постмодернізму, які подорожують задля посилення своїх переживань і вражень на фоні втрати напруги контроверзи традиції та авангарду, на зміну якій прийшов плюралізм. Важливо, що А. Пауль здебільшого звертає увагу на соціально-психологічні та, власне, психологічні феномени туризму. Цей напрямок у своїх дослідженнях продовжують розвивати Т. Берно та К. Вард [6].

Міждисциплінарний характер вивчення туризму, запропонований свого часу Дж. Трайбом [26-27], на сьогодні є одним з пріоритетних і найефективніших. Найпоказовішим прикладом цього є відома «ромашка Джафарі», розроблена американським дослідником Джафаром Джафарі, який спільно з низкою інших дослідників (Р. Кнафу, І. Ательєвич та ін.) оптимістично оцінював розвиток досліджень у галузі туризму, переконуючи, що з часом з'явиться спеціальна дисциплінарна матриця. Деякі вчені з цієї групи закликали відійти від традиційних підходів та наблизитись до більш гнучких форм виробництва знань (Т. Коулз, М. Голл, Д. Дюваль [11]), щоб краще відповідати викликам часу.

Прикладом ефективності дослідження, базованого на принципах холізму та міждисциплінарності, може бути аналіз та експлікація поняття «туристська дестинацій», що об'єднують, щонайменше, чотири напрямки дослідження. По-перше, економіко-географічно орієнтовані (С. Медлік, Р. Девідсон, Р. Мейтленд, Р. Батлер, Н. Лейпер, К.М. Голл, П.Л. Пірс), в рамках яких наголошується, що дестинація має географічні межі та є окремо взятим регіоном чи містом, сільська, прибережна чи гірська місцевість, що чітко визначена та окреслена кордонами [13, 4]. По-друге, вже згадана парадигма менеджмент-маркетинг (Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз, К. Гунн та ін.), відповідно до якої ідентичність дестинації формується не за рахунок адміністративних кордонів, а через бренд місця та імідж, сформований у свідомості туриста, що визначають її ринкову конкурентоспроможність [3]. По-третє, клієнтоорієнтовані дослідження, представлені у роботах таких авторів, як М. Бітнер [7], К.

Гронрус [16], Л. Моссберг [18] та ін. Вони мислять дестинацію як система сервісу, розширений та клієнтоорієнтований продукт зі своїми характеристиками (імідж, локація, сфера обслуговування та гостинності). І, по-четверте, соціокультурні студії, з-поміж яких, приміром, слід виокремити спроби презентувати дестинації як мультибренди крізь призму системи знаків і символів, пов'язаної з соціальним конструюванням ідентичності (Р. Лаш, Дж. Уррі [28]); або визначити їх в якості динамічних просторових структур, соціально конструйованих за допомогою дискурсивних практик (конкуруючих, конфліктуючих) (Дж. Саарінен [20]); або розкрити їх суть через концепт «сховища сенсів» (storehouses of meanings), спільних для туристів і місцевих мешканців (Д. і М. Снепенгери, М. Далбі, А. Вессол [21]).

Висновки. Отже, становлення соціокультурного дискурсу в західних туризмознавчих студіях пов'язано, по-перше, з розширенням диференціації соціологічного знання стосовно різних галузевих напрямків, що спровокувало інтерес до туризму як виду діяльності на рівні теоретичного осмислення феномену та концепту, а, по-друге, з появою у 1960-х рр. соціології туризму (Г. М. Енценсбергер, Г. Ган, Г.-Й. Кнебель, Е. Шойх та ін.) як альтернативного «класичній» туризмології напряму, що допоміг досягнути туризм як складний та багатогранний соціокультурний феноменом. Засноване зусиллями Р. Глюксмана та А. Грюнталя наукове товариство на базі закритого при Комерційному університеті Берліна дослідницького інститут туризму після приходу до влади нацистів у 1935 р., стимулювало наукові пошуки в інших країнах і заклало фундамент для появи національних туризмознавчих шкіл (австрійської, німецької, британської, датської, швейцарської, французької, польської, болгарської та ін.). Згодом саме завдяки соціокультурному підходу в зарубіжному туризмознавстві було вперше акцентовано увагу і розглянуто низку важливих тем: туризм як «демократична подорож»; туризм як сучасна варіація традиційного паломництва; туризм як процес акультурації; туризм як тип етнічних відносин; туризм як форма неокolonізації; соціально-психологічні аспекти туризму; туристичний брендинг крізь призму системи знаків і символів, пов'язаної з соціальним конструюванням ідентичності та ін.

Література

1. Божко Л. Д. Генезис та еволюція наукового туристського дискурсу. Вісник Харківської державної академії культури. 2012. Вип. 37. С. 56 – 66.
2. Васильчук В. Туризмологія в Україні та світі: історіографія дослідження. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія. 2020. №25. С. 56–72.
3. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid, UNWTO, 2007. 150 p.
4. Annals of Tourism Research. 1973. № 1.
5. Bachleitner R. Tourismussoziologie oder zur Soziologie des Reisens. Sociologia Intern. 2004. bd. 42. H. 2. S. 243–263.
6. Berno T., Ward C. Innocence abroad: pocket Guide to psychological research on tourism. American Psychologist. 2005. Vol. 60, n 6. pp. 593–600.
7. Bitner M.J. Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. Journal of Marketing. 1992. Vol. 56 (2). pp. 57–71.
8. Bógdał-Brzezińska A., Wendt A. J. Zarys historii turystyki i geografii turystycznej. In Turystyka. Nowe trendy, Zeszyty Naukowe, nr 6. Polska Izba Turystyki, Oddział w Gdańsku. 2018. pp.7-35.
9. Cohen E. The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. Annual Review of Sociology. 1984. Vol. 10. P. 373–392.
10. Cohen E. The Sociology of Tourism. Routledge, London and New York, 1996. P. 51–71.
11. Coles T., Hall M., Duvall D. Mobilising tourism: A Post-Disciplinary Critique. Tourism Recreation Research. 2005. Vol. 30, № 2. pp. 31–42.
12. Dann, G.M.S., G. Liebman-Parrinello (eds.). The Sociology of Tourism: European Origins and Developments. Bingley: Emerald, 2009. 484 p.
13. Davidson R., Maitland R. Tourism destinations. London, Hodder & Stoughton, 1997. 282 p.
14. Goldner Ch. R., Ritchie J. R. B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 7th ed. New York : John Wiley @ Sons, Inc., 2012. 494 p.
15. Goldner Ch. R., Ritchie J. R. B., McIntosh R. W. Tourism: Principles. Practices. Philosophies. Eighth Edition, USA, 1999. 562 p.
16. Grönroos C. Service Logic Revisited: Who Creates Value? And Who Co-creates? European Business Review. 2008. № 20 (4). pp. 298–314.
17. Hunziker W., Krapf K. Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich: Polygraphischer Verlag, 1942. 392 p.
18. Mossberg L.A. Marketing approach to the tourist experience. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2007. no. (1). pp. 59–74.
19. Paul A. T. «La Deutsche Vita unter karibischer Sonne». Eine Kleine Soziologie des Tourismus. Sociologie Intern. 2003. bd. 41, H. 2. S. 217–240.
20. Saarinen J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations. Tourist Studies. 2004. no. 4 (2), pp. 161–179.
21. Snepenger D., Snepenger M., Dalbey M., Wessol A. Meanings and Consumption Characteristics or Places at a Tourism Destination. Journal of Travel Research. 2007. №. 45 (3), pp. 310–321.
22. Spode H. “Reif für die Insel”. Prolegomena zu einer historischen Anthropologie des Tourismus. In: Cantauw, C. (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag. Münster, New York: Waxmann, 1995. S. 105–123.
23. Spode H. Grau, teurer Freund. Was ist und wozu dient Theorie?. Burmeister H. – P. Auf dem Weg zu einer Theorie des Tourismus. Loccum, 1998. S. 21–40.
24. Spode H. Genesis and Structure of Tourism Science: An Introduction. Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра: матер. III Міжнар. наук.-практ. конф. (12-13 жовтня 2016 р., м. Черкаси). Черкаси: О.М. Третьяков, 2016. С. 45-50.
25. Spode H. Mobilität, Reisen, Tourismus. H. Pechlaner, M. Volgger (Hg.) Die Gesellschaft auf Reisen – eine Reise in die Gesellschaft. Wiesbaden. 2017. S 23–46.
26. Tribe J. The indiscipline of tourism. Annals of Tourism Research. 1997. Vol. 24. P. 638–654.
27. Tribe J. The truth about tourism. Annals of Tourism Research. 2006. Vol. 33, № 2. P. 360–381.
28. Urry J. The tourist gaze. London, Sage, 2002. 183 p.

References

1. Bozhko, L. D. (2012). Genesis and evolution of scientific tourist discourse. Bulletin of the Kharkiv State Academy of Culture, 37, 56–66. [in Ukrainian].
2. Vasylichuk, V. (2020). Tourism in Ukraine and the world: historiography of research. Bulletin of the Kyiv National Linguistic University. History, economy, philosophy series, 25, 56–72. [in Ukrainian].
3. A Practical Guide to Tourism Destination Management. (2007). Madrid, UNWTO. [in English].
4. Annals of Tourism Research (1973). № 1. [in English].
5. Bachleitner, R. (2004). Tourismussoziologie oder zur Soziologie des Reisens. Sociologia Intern, 42(2), 243–263. [in German].
6. Berno, T., Ward, C. (2005). Innocence abroad: pocket Guide to psychological research on tourism. American Psychologist, 60(6), 593–600. [in English].
7. Bitner, M.J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. Journal of Marketing, 56 (2), 57–71. [in English].
8. Bógdał-Brzezińska, A., Wendt, A. J. (2018). Zarys historii turystyki i geografii turystycznej. In Turystyka. Nowe trendy, Zeszyty Naukowe, nr 6. Polska Izba Turystyki, Oddział w Gdańsku, 7–35. [in Polish].
9. Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. Annual Review of Sociology, 10, 373–392. [in English].
10. Cohen, E. (1996). The Sociology of Tourism. Routledge, London and New York. [in English].
11. Coles, T., Hall, M., Duvall, D. (2005). Mobilising tourism: A Post-Disciplinary Critique.

Tourism Recreation Research, 30(2), 31–42. [in English].

12. Dann, G.M.S., Liebman-Parrinello G. (eds.). (2009). The Sociology of Tourism: European Origins and Developments. Bingley: Emerald. [in English].

13. Davidson, R., Maitland, R. (1997). Tourism destinations. London, Hodder & Stoughton. [in English].

14. Goldner, Ch. R., Ritchie, J. R. B. (2012). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 7th ed. New York: John Wiley @ Sons, Inc. [in English].

15. Goldner, Ch. R., Ritchie, J. R. B., McIntosh R. W. (1999). Tourism: Principles. Practices. Philosophies. Eighth Edition, USA. [in English].

16. Grönroos, C. (2008). Service Logic Revisited: Who Creates Value? And Who Co-creates? European Business Review, 20(4), 298–314. [in English].

17. Hunziker, W., Krapf, K. (1942). Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich: Polygraphischer Verlag. [in English].

18. Mossberg, L.A. (2007). Marketing approach to the tourist experience. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 1, 59–74. [in English].

19. Paul, A. T. (2003). “La Deutsche Vita unter karibischer Sonne”. Eine Kleine Soziologie des Tourismus. Sociologie Intern, 41(2), 217–240. [in German].

20. Saarinen, J. (2004). Destinations in change: the transformation process of tourist destinations. Tourist Studies, 4(2), 161–179. [in English].

21. Snepenger, D., Snepenger, M., Dalbey, M., Wessol, A. (2007). Meanings and Consumption Characteristics of Places at a Tourism Destination.

Journal of Travel Research, 45(3), 310–321. [in English].

22. Spode, H. (1995). “Reif für die Insel”. Prolegomena zu einer historischen Anthropologie des Tourismus. In: Cantauw, C. (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag. Münster, New York: Waxmann, 105–123. [in German].

23. Spode, H. (1998). Grau, teurer Freund. Was ist und wozu dient Theorie?. Burmeister H. – P. Auf dem Weg zu einer Theorie des Tourismus. Loccum, 21–40. [in German].

24. Spode, H. (2016). Genesis and Structure of Tourism Science: An Introduction. Tourism and hospitality: yesterday, today, tomorrow: materials. III International scientific and practical conference (12-13 October 2016, Cherkasy). Cherkasy: O.M. Tretyakov. 45–50. [in English].

25. Spode, H. (2017). Mobillität, Reisen, Tourismus. H. Pechlaner, M. Volgger (Hg.) Die Gesellschaft auf Reisen – eine Reise in die Gesellschaft. Wiesbaden, 23–46. [in German].

26. Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. Annals of Tourism Research, 24, 638–654. [in English].

27. Tribe, J. (2006). The truth about tourism. Annals of Tourism Research, 33(2), 360–381. [in English].

28. Urry, J. (2002). The tourist gaze. London, Sage. [in English].

*Стаття надійшла до редакції 14.07.2023
Отримано після доопрацювання 17.08.2023
Прийнято до друку 24.08.2023*