

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: ВПЛИВ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН ТУРИСТА

Вікторія Худавердієва

***Анотація.** Практика організації туристичної діяльності показує, що на сучасному етапі все більшого значення набуває необхідність концентрації уваги на психологічному складнику туризму. У статті викладаються теоретико-методологічні засади впливу навколишнього середовища на психоемоційний стан туриста, його когнітивну та рефлексивну діяльність. Прикладний складник психології туризму має стати своєрідним розділом соціальної психології, присвяченим вивченню відносин як на етапі підготовки, так і під час подорожі. Водночас предметом психологічного вивчення має бути не тільки організація подорожі загалом, але й споживання туристом окремих послуг. Об'єктом прикладної психології туризму повинні бути різноманітні аспекти туристської діяльності туриста, здійснювані з урахуванням психологічних особливостей потенційного туриста.*

Досліджуються аспекти та явища, як-от соціальне середовище, особисте середовище, психологія ділового спілкування, соціальна психологія, психологічний туризм. Водночас є недостатньо вивченим питання впливу навколишнього середовища на туриста в соціально-психологічному аспекті, в науковій літературі не розглядається комплексно психоемоційна взаємодія туриста з навколишнім світом. Забезпечення психологічної сумісності туриста та психоемоційного впливу навколишнього середовища є найважливішою умовою розвитку туристичної індустрії. Психоаналіз клієнта розглядається як основа формування стратегії маркетингу у сфері надання туристичних послуг, яка заснована на гармонізації виду та характеру послуги і психофізіологічних та світоглядних особливостей особистості. Реальність демонструє, що для підвищення ефективності діяльності турфірми необхідно знати про мотиваційну основу вибору потенційним клієнтом того чи іншого туристичного продукту, про його очікування від поїздки.

***Ключові слова:** туризм, турист, навколишнє середовище, психологія туризму, психіка людини.*

Постановка проблеми. Туризм можна розглядати як чинник вдосконалення якості життя. У такому разі туристична діяльність пов'язана не лише з прямим економічним ефектом у вигляді додаткових доходів, створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури, а й із впливом туризму на соціально-психологічний стан людини, покращення

її здоров'я та рівня добробуту. Під туризмом зазвичай розуміють дві області, що мало перетинаються – це, по-перше, цілеспрямована (або безцільна) більш-менш тривала життєдіяльність людини (або групи людей) в умовах дикої необлаштованої (або практично необлаштованої) природи (у лісі, сте-

пу, пустелях, горах, печерах тощо), і по-друге, подорожі-екскурсії містами та селами з метою огляду рукотворних та нерукотворних пам'яток (із проживанням у готелях та санаторіях, харчуванням у ресторанах-їдальнях тощо). Кожна область має своє специфічне психологічне підґрунтя [1].

Психологами зазначено, що особливу неприємність для людини становлять гомогенні та «агресивні» поля міста. Це голі стіни з бетону та скла, глухі парканни, одноманітні переходи та асфальтові покриття, переважаання однакових елементів, наприклад, одноманітні ряди вікон на стінах висотних будинків. Подібні елементи одноманітного міського ландшафту сприяють розвитку стресів, появи депресії. У цьому туризм забезпечує можливість зміни місцеперебування людини і можливість потрапляння їх у більш комфортне багатоліке середовище, позитивно впливає на його соціально-психологічний стан. До елементів такого середовища можна віднести ландшафтні та геоморфологічні особливості території (наприклад, «скелястий берег» на північному сході Іспанії, фіорди в Норвегії), архітектурні пам'ятники (наприклад, будинки з химерними стінами, спроектовані А. Гауді в Барселоні), пізнавальний потенціал території (наприклад, наявність у курортних зонах тематичних парків). Наше стрімке століття дуже мало залишає людині часу, щоб спокійно поміркувати про життя. Але іноді виникає бажання розірвати коло звичних життєвих турбот і – нехай ненадовго, – але перенестися у «світ інших реалій». Побувати там, де повітря сповнене умиротворення і спокою, де мудро і велично вже тисячоліття дивляться гори на довгу і важку історію людства, ласкаво

перебирає гальку морський прибіій, добрі та гостинні люди називають свою землю країною молока та меду. Отже, можливість зміни обстановки, що гарантується мозаїчною різноманітністю країн та регіонів, – одна з найважливіших переваг туристичної діяльності, що сприяє зміцненню тіла та духу людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туризм – предмет дослідження міждисциплінарний (Holden, 2005) [2]. А. Ангял вважав, що відокремити людину (якщо точніше – організм) від середовища неможливо, адже вони взаємодіють одне з одним, взаємопроникають одне в одного (Angyal, 1941) [3]. Переміщення людини (поведінка) як індивіда (загалом – переміщення організму) в географічному просторі (середовищі) – є зовнішня форма туризму. За цією зовнішньою формою криється психологічний зміст. Образи туристичних місць як частини образу світу, емоційні явища – мотиватори, оскільки туризм здатний задовольнити потребу в тому числі в емоційному насиченні (Топу, 2014) [4] (робіт, присвячених мотивації та щастю, більше, ніж присвячених якомусь іншому аспекту туризму; а Н. Chuandong називає прагнення до задоволення «суттю туризму» [5], і вважає, що наміри з реалізації поведінкових моделей становлять психологічні відносини людини до географічного простору.

На місці особистісного аспекту психіки розташовується особистісний компонент психологічного змісту туризму: важливі для вивчення туризму ціннісні орієнтації (Bianchi, 2015) [6] та особливості самоактуалізації, про які писали психологи-дослідники туризму та дозвілля.

Мета статті. Займаючись «психологією туриста», можна шукати відповіді на такі питання: Навіщо взагалі ходити у походи? Як поведуться розум, відчуття провини і воля в умовах впливу природних чинників (наприклад, холоду)? Яка поведінка людини, що перебуває під впливом сильних емоцій? Як подолати себе (наприклад, свою ліню)? Яку роль грає туризм у процесі самопізнання? Як впливає подорож на подальший психологічний стан людини?

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм – одна з галузей сучасної економіки, яка демонструє найбільш динамічний розвиток. У наші дні люди все більше прагнуть подорожувати, відкривати нові країни та культури, відпочивати на морі чи в горах, ознайомлюватися з історичними та природними пам'ятками. У 2022 році глобальні витрати на розважальний туризм зросли на 31,5 відсоток порівняно з попереднім роком. Незважаючи на значне щорічне зростання, витрати внутрішніх мандрівників у світі залишилися нижчими за показник 2019 року, за рік до початку пандемії коронавірусу (COVID-19), і склали приблизно 4,1 трильйони доларів США в 2022 році (табл. 1) [7].

Розважальний туризм – це здебільшого відпустки, візити до друзів чи родичів, а також усі поїздки, що здійснюються з метою відпочинку. З іншого боку, ділові поїздки включають усі поїздки, що здійснюються з робочих причин, наприклад, для участі в нарадах, конгресах і конференціях. У 2022 році загальні витрати на поїздки та туризм у світі, включно з відпочинком та діловими поїздками, перевищили п'ять трильйонів доларів США, але залишилися нижчими за допандемічний рівень.

Після досягнення піку в 1,46 мільярда в 2019 році кількість міжнародних туристів, що прибувають у світі, включно з туристами і діловими мандрівниками, скоротилася приблизно на 72 % в 2020 році через пандемію, повернувшись до рівня 1990 року, а потім знову зросла до 970 мільйонів у 2022 році. У тому ж році в Європі, провідному регіоні світу за кількістю туристів, що прибувають, кількість міжнародних прибуттів досягла майже 600 мільйонів осіб [7].

Таблиця 1

Витрати на розважальний туризм у всьому світі з 2019 по 2022 рік (у мільярдах доларів США)

Період (рік)	Витрати на туристичні поїздки у млрд. дол. США
2022	4 067,1
2021	3 092,85
2020	2 435,04
2019	5 134,88

Джерело: Global travel spending 2019–2022 By Statista Research Department, November 7, 2023.

URL: <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>

Глобальні зміни у світовій політиці та економіці також впливають на переваги та вибір туристів. Щоб бути в курсі останніх трендів та аналізувати дані, необхідно звернутися до статистики популярності різних видів туризму. Статистика показує, що найпопулярнішими видами туризму є культурний, екскурсійний та пляжний туризм. Проте останніми роками спостерігається зростання популярності екологічного та спортивного туризму. Екологічний

туризм передбачає подорожі до природних заповідників і парків, де можна насолодитися красою навколишнього середовища та познайомитися з тваринним та рослинним світом. Спортивний туризм включає види активного відпочинку: гірські лижі, гірський велосипед, скелелазіння та дайвінг. Ці варіанти туризму популярні для людей, які прагнуть поєднувати відпочинок з активним способом життя.

Туристичну мотивацію можна визначити як спонукання до подорожі. Але що спонукає людину вирушити у подорож? Мотиви, якими керується турист, різноманітні. Мотиви передусім визначаються цілями подорожі. Цілі подорожі можуть бути різними: відпочинок, дозвілля, розвага, пізнання, спорт, лікування, паломництво, ділові цілі тощо. Можна виділити такі мотиви подорожей:

1) турбота про збереження здоров'я. У цьому випадку поїздка пов'язана з лікуванням, пляжним відпочинком, заняттям оздоровчими видами спорту. Під час таких поїздок з'являється можливість регулярно займатися тими видами спорту, які лише епізодично доступні протягом року, а також систематично отримувати медичні процедури;

2) освітні цілі. Практикуються тури з метою вивчення іноземних мов, здобуття бізнес-освіти (менеджмент, маркетинг та ін.); поширеними стають навчальні тури за інтересами (кулінарія, мистецтво, екологія та ін.);

3) важливим мотивом є можливість самовираження і самоствердження. Це так звані пригодницькі тури: підкорення гірських вершин, навколосвітні подорожі, підводне полювання, різні експедиції тощо;

4) стимулом поїздки також може стати можливість зайнятися улюбленою справою (хобі) серед однодумців. Такі туристи віддають перевагу спеціальним турам (для автолюбителів, спортивних уболівальників, паломників тощо);

5) діловий туризм. Сюди можна віднести ділові та конгрес-тури;

6) поширені поїздки з метою розваг та потреби спілкування з іншими людьми. Такі поїздки часто здійснюються у святкові дні;

7) важливим складником міжнародних подорожей є подорожі з метою підвищення культурного рівня. Так, організуються тури знаменитими містами, столицями, історичними та культурними центрами;

8) подієвий туризм передбачає поїздки з метою відвідин певних заходів.

Мотиви визначаються і типом особистості туриста: вік, освіта, соціальна приналежність, менталітет, віросповідання, дохід, сімейний стан. Можна також виділити антимотиви – бар'єри, що перешкоджають подорожі. До них варто віднести вартість турпродукту, дефіцит часу, обмеження здоров'я, життєвий цикл сім'ї, дефіцит інтересів, страх і безпеку. Залежно від тих чи інших мотивів подорожі, а також способів організації поїздки, можна по-різному класифікувати туристів:

– організований, що вливається в масу людей;

– масовий турист, який користується послугами тур фірм, заздалегідь спланованими турами;

– індивідуальний турист, який використовує туристичну інфраструктуру, але самостійно організує свою подорож;

– турист-дослідник, що подорожує

переважно з пізнавальною метою;

– турист-бродяга, у якого відсутній фіксований маршрут і який звик розраховувати лише на себе.

Не менш важливо типологізувати туристів залежно від їхньої національної приналежності і, отже, – звичаїв та уподобань.

Внаслідок впливу стресогенних факторів міського середовища вже наприкінці дня ми відчуваємо виснаження, втому та пригніченість, а до кінця робочого періоду енергетичні ресурси зовсім вичерпуються. Виникає бажання змінити звичну обстановку, вийти з кола звичайних турбот, перенестись у світ інших реалій та вирушити у подорож. У цьому сенсі туризм несе в собі психотерапевтичну цінність, забезпечуючи можливість зміни обстановки та переміщення в більш комфортне багатоліке середовище, що позитивно впливає на психологічний стан людини. Сьогодні існує великий спектр видів туризму залежно від цілей та мотивації туристів (рекреаційний, з метою фізичної реабілітації, культурний, головним завданням якого є розширення культурного світогляду, спортивний тощо). Використання природних ресурсів набуває популярності у сфері психологічних практик з метою оволодіння професійними навичками. Школи провідних психотерапевтичних напрямів проводять свої навчальні та клієнтські програми за межами міста, підбираючи мальовничі пейзажі замість повсякденного офісного середовища. Одним із найпопулярніших видів туризму є пляжний відпочинок. Багато туристів вважають за краще проводити свою відпустку на пляжі, насолоджуючись сонцем, морем та піщаними пляжами. Пляжний відпочинок часто асоціюється з релаксацією та від-

починком від повсякденних турбот.

Культурний туризм також має велику популярність. Багато людей подорожують, щоб ознайомитися з історією, традиціями та культурою різних країн та народів. Відвідування історичних місць, музеїв, галерей, театрів та інших культурних об'єктів є важливим складником культурного туризму. Відвідуваність провідних музеїв Європи у 2022 році зросла, порівняно з попереднім роком. Загалом Лувр у Парижі став найбільш відвідуваним європейським музеєм у 2022 році: цього року установа прийняла приблизно 7,73 мільйонів відвідувачів. Як найбільший художній музей у світі, Лувр відомий тим, що в ньому виставлені деякі з найвідоміших творів мистецтва, зокрема картина Мона Ліза та статуя «Венера Мілоська». Крім того, що він вважається найбільш відвідуваним музеєм у Європі, він також очолив список найбільш відвідуваних музеїв світу в 2022 році [8] (табл. 2).

Таблиця 2

Провідні музеї Європи з 2019 до 2022 рр. за відвідуваністю (у тисячах)

Назва музею	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Лувр, Париж	9600	2700	2825	7726
Музеї Ватикану, Ватикан	6883	1300	1613	5081
Музей природної історії, Лондон	5,424	1197	1564	4655

Продовження таблиці 2

Британський музей, Лондон	6,208	1275	1327	4097
Тейт Модерн, Лондон	6098	1433	1156	3883
Музей Орсе, Париж	3652	867	1044	3270
Рейна Софія, Мадрид	4426	1248	1643	3063
Центр Помпідю, Париж	3270	913	1501	3010
Національна галерея, Лондон	6011	1197	709	2727
Національний музей дель Прадо, Мадрид	3203	852	1175	2457
Музей Вікторії і Альберта, Лондон	3921	872	858	2370
Музей науки (Південний Кенсінгтон), Лондон	3254	862	646	2335
Галерея Дельї Уффіці, Флоренція	2362	659	970	2223
Містечко наук та промисловості, Париж	2370	793	984	2101
Національний музей Шотландії, Единбург	2210	444	661	1974

Джерело: The most visited museums in Europe 2019-202. Published by Statista Research Department, September 20, 2023. URL: <https://www.statista.com/about/our-research-commitment>

У Лондоні розташовано кілька культурних установ, і із 20 найпопулярніших музеїв Європи у 2021 році шість розташовувалися у місті. У 2021 році найбільш відвідуваним із музеїв Лондона став Музей природної історії. У той час як до пандемії Тейт Модерн і Британський музей приваблювали більше гостей, у 2021 році Музей природної історії був відвідуваною безкоштовною визначною пам'яткою Лондона. Лондон і Париж входять до числа найкращих міських туристичних напрямків у Європі, де у 2021 році зареєстровано найбільшу кількість ночівель серед усіх міст. Обидва є будинком для деяких з найбільш важливих національних культурних пам'яток та пам'яток країни, які допомагають залучити велику кількість міжнародних туристів [8].

Природний туризм також займає високе місце у списку найпопулярніших видів туризму. Багато туристів вважають за краще насолоджуватися красою природи, відвідувати національні парки, заповідники, гори та озера. Природний туризм дає змогу людям відкрити для себе нові місця та насолодитися чудовою природою. Активний туризм, як-от гірські походи, велосипедні прогулянки, водні види спорту, також набирає популярності. Багато туристів зацікавлені в активному та пригодницькому проведенні часу під час своєї подорожі. Такі види туризму дають змогу урізноманітнити відпочинок і випробувати нові емоції та враження.

Аналіз популярності різних видів туризму вимагає врахування факторів

віку та переваги туристів, сезонності, доступності та вартості подорожей. Також важливо враховувати нові тренди та віяння моди, які можуть впливати на популярність того чи іншого виду туризму. Загалом, аналіз популярності видів туризму дає змогу визначити тренди та переваги туристів, а також виявити потенційні нові напрями для розвитку туристичної індустрії. За останній рік проведено дослідження популярності різних видів туризму. Було отримано такі дані: авіаційний туризм – 30 % загальної кількості подорожей; піший туризм – 25 % від загальної кількості подорожей; пляжний туризм – 20 % від загальної кількості подорожей; гірськолижний туризм – 15 % від загальної кількості подорожей; круїзний туризм – 10 % загальної кількості подорожей. З огляду на ці дані, можна зробити висновок, що найбільш популярними видами туризму є авіаційний та піший туризм, які становлять понад половину всіх подорожей за останній рік. Однак пляжний, гірськолижний та круїзний туризм також залишаються затребуваними та мають значний попит.

Умови навколишнього природного середовища активно застосовуються з метою відновлення ресурсів, зміни поглядів та подолання стресових станів, цей фактор зумовлює виникнення та активне поширення у психологічній практиці нового виду туризму – психологічного. Під «psy-туризмом» мають на увазі передусім відпочинок із психологічним супроводом, тісно переплетений із програмою особистісного зростання. Це відпочинок на новому, глибинному рівні, з відкриттям нових знань не тільки про місце перебування, в яке вирушаєш, а й передусім нових знань про себе. За допомогою психоло-

гічних та психотерапевтичних методів, що дають змогу трансформувати зовнішній досвід у внутрішній та допомагають прийняти нові знання про себе, відновити психоемоційні ресурси.

Метою психологічного туризму є досягнення внутрішньої цілісності та гармонії людини (розуміння та прийняття людиною себе, більшої наповненості та свідомості життя, усвідомлення своїх фізичних та особистісних можливостей, покращення контактів із зовнішнім світом) за допомогою психологічного супроводу туриста та використання відновлювальних ресурсів середовища. Повертаючись додому, після такої подорожі людина відчувається емоційно, духовно і фізично оновленою, сповненою нових свіжих ідей, бажанням творити, працювати і досягати нових намічених цілей. У цьому сенсі можливість зміни стресогенної обстановки міського середовища і відновлення психологічних ресурсів – одна з найважливіших і дуже цінних переваг туризму як психотерапевтичного напрямку.

Висновки. Суперечності між різноманітними підходами до вивчення психологічного змісту туризму, з одного боку, та недостатністю дослідження туризму як цілісної реальності, яка має багатий психологічний зміст, – з іншого, визначає суть наукової проблеми, і зокрема актуальність дослідження психологічного відношення як основного психологічного змісту туризму. Вирішення поставленої проблеми дасть можливість людині опанувати способи раціонального та конструктивного управління своїм дозвіллям зі збереженням психологічного благополуччя, самореалізовуватися в плануванні та здійсненні турів та найбільш повному

здійсненні своїх інтенцій та бажань.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зеленцова О. В. Психологія малих груп. Взаємини у туристичній групі. URL: <http://www.geolink-group.com/tourclub/library/psychology.html>

2. Holden A. *Tourism Studies and the Social Sciences*. London: Routledge, 2005.

3. Angyal A. *Foundations for Science of Personality*. New York: The Commonwealth Fund, 1941

4. Tony S. M. Tse. Does Tourism Change Our Lives? *Journal Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 2014. Vol 9. P 989-1008.

5. Chuandong H. *Tourism: An Explanation of Evolutionary Psychology* *Tourism Tribune*. 2013. Vol 28 (9). P. 102–108.

6. Bianchi C. Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction. *International Journal of Tourism Research*. 2015. Vol 4, P. 17–32. DOI: 10.1002/jtr.2049

7. Global travel spending 2019–2022 By Statista Research Department, November 7, 2023. URL: <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>

8. The most visited museums in Europe 2019–2022. Published by Statista Research Department, September 20, 2023.

URL: <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>

tourclub/library/psychology.html

2. Holden, A. (2005). *Tourism Studies and the Social Sciences*. London: Routledge.

3. Angyal, A. (1941). *Foundations for Science of Personality*. New York: The Commonwealth Fund.

4. Tony, S. M. Tse. (2014). Does Tourism Change Our Lives? *Journal Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9, 989–1008.

5. Chuandong, H. (2013) *Tourism: An Explanation of Evolutionary Psychology* *Tourism Tribune*, 28 (9): 102–108.

6. Bianchi, C. (2015). Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 4, 17–32. DOI: 10.1002/jtr.2049.

7. Global travel spending 2019–2022 By Statista Research Department, November 7, 2023. URL: <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>

8. The most visited museums in Europe 2019–2022. Published by Statista Research Department, September 20, 2023. URL: <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>

REFERENCES

1. Zelentsova, O.V. *Psykhohohiya malykh hrup. Vzayemyny u turystychniy hrupi* [Psychology of small groups. Relations in a tourist group].

URL: <http://www.geolink-group.com/>

SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT: THE INFLUENCE OF THE ENVIRONMENT ON THE PSYCHO- EMOTIONAL STATE OF THE TOURIST

Viktoriia Khudaverdiyeva

Abstract. *The practice of organizing tourist activities shows that at the present stage, the need to focus attention on the psychological component of tourism is becoming more and more important. The article describes the theoretical and methodological principles of the influence of the environment on the tourist's psycho-emotional state, his cognitive and reflective activity. The applied component of the psychology of tourism should become a unique section of social psychology, dedicated to the study of relationships both at the stage of preparation and during the trip. At the same time, not only the organization of the trip in general, but also the consumption of individual services by the tourist should be subject to psychological study. The object of applied psychology of tourism should be various aspects of tourist activity, carried out taking into account the psychological characteristics of a potential tourist.*

Such aspects and phenomena as social environment, personal environment, psychology of business communication, social psychology, psychological tourism are studied. At the same time, the issue of the impact of the environment on the tourist in the socio-psychological aspect is insufficiently studied, the psycho-emotional interaction of the tourist with the surrounding world is not considered comprehensively in the scientific literature. Ensuring the psychological compatibility of the tourist and the psycho-emotional impact of the environment is the most important condition for the development of the tourism industry. Psychoanalysis of the client is considered as the basis for the formation of a marketing strategy in the field of providing tourist services, which is based on the harmonization of the type and nature of the service, and the psychophysiological and worldview characteristics of the individual. Reality shows that in order to improve the effectiveness of the travel agency, it is necessary to know about the motivational basis of the potential client's choice of this or that tourist product, about his expectations from the trip.

Keywords: *tourism, tourist, environment, psychology of tourism, human psyche.*

Відомості про автора:

Худавердієва Вікторія Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму (Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна), e-mail: viki75807@gmail.com

ORCID:<https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Information about the author:

Khudaverdiyeva Viktoriya Anatolyivna, Cand. econom. Science, docent (State biotechnological university (SBTU), Kharkiv, Ukraine), e-mail: viki75807@gmail.com

ORCID:<https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>