

**N. Kovalisko, N. Dombrovska. Methodological substantiation and distinction of consumer models at the empirical level.**

*In the article there are proposed methodological principles of consumer behavior research by applying the principles of classification and modeling. The analysis of the classical consumption models in sociological discourse was made. As a result of qualitative and quantitative surveys, conducted at the regional level, there was presented the technique segmentation of consumers by assessing the leading tendentious characteristics of their consumer behavior.*

**Key words:** *consumer behavior, consumption models, consumer orientation, consumer segmentation.*

**УДК 316.62**

**А. К. Яковенко, Н. В. Дубович**

**ТУРИСТ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІОЛОГІЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ:  
КАНОНІЧНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРАКТИКИ**

*На шляху еволюції соціологічної рефлексії виявлено її канонічні та інноваційні версії. Емпіризм є популярним через зручність отримувати кількісні характеристики очевидних ознак явища чи процесу, але поступається іншим стратегіям теоретизування за глибиною пізнання латентних ознак. Розвиток управління туристичною практикою стане оптимальнішим у випадку застосування соціокультурного підходу замість економічного детермінізму*

**Ключові слова:** *турист, соціологічна рефлексія, стратегії теоретизування, управління туристичною практикою.*

**Постановка наукової проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** У даній статті, що здійснена в перебігу підготовки дисертацій кожного з авторів з однієї спеціальності - "спеціальні та галузеві соціології", але з різних тем власних досліджень, є підстави розмірковувати/писати, що вона торкається водночас кількох соціологічних напрямків, як мінімум, - це соціологія туризму, соціологія культури, соціологія праці, соціологія невігластва тощо. Звісно, ми пам'ятаємо те, що туризм зазвичай багато авторів розуміють як в широкому сенсі тлумачення, тобто як суспільне явище (а іноді як феномен [12, 6]), так і в сенсі часом досить вузькому – як практичну діяльність. Оскільки ця діяльність не може відбутися без участі

туристів чи туристичних груп, то увага статті зосереджена на обставинах характеру соціологічної рефлексії стосовно осмислення туриста як невід'ємної складової кожної туристичної групи, тобто спільноти суто соціальної. Турбота про належну рефлексію в кінцевому підсумку є прикладною [13, 3], а впливає з того, що нема нічого практичніше, як відомо, аніж добра теорія. Дії туриста соціологам слід тлумачити як дії соціальні, згідно працям такого видатного науковця як, наприклад, Т. Парсонс, не забуваючи також інших відомих соціологів як доби модернової, так і постмодернової. За умов теоретичного плюралізму в справі соціологічної рефлексії мають місце суперечності, тобто невизначеність щодо умов, за рахунок виконання котрих можна сподіватися на адекватне пояснення соціальних дій провідних агентів взагалі та в туристичній галузі зокрема, тобто як практиків, так і самих туристів поодинокі чи групою. Отже, *сутність наукової проблеми статті полягає в тому*, що серед соціологів однозначно не визначено в який саме спосіб теоретизування можна досягнути науково обґрунтованої картини впливу соціальних чинників на функціонування як туристичної галузі світової економіки, так і її структурно-функціональних складових, туристів в тому числі, зокрема їх дій.

Щодо зв'язку наукової проблеми із важливими науковими чи практичними завданнями, то про виняткове значення туризму для розвитку України вів, наприклад, в 2002 р. мову генеральний секретар Всесвітньої організації туризму Ф. Франжіаллі, перебуваючи в Києві. Зв'язок цей, звісно, спочатку шукають в економічній площині, але водночас наголошують на тому, що туризм стає визначальним чинником соціальної і культурної інтеграції, таким чином, підкресливши не тільки комплексний характер туризмознавства, але й її соціально-гуманітарну складову [13, 3]. Очевидним є те, що зв'язок поміж соціологічною теорією та туристичною практикою (та навпаки) в наш час тільки посилюється. На завершення рубрики, пам'ятаючи, що інноваційний розвиток науки часом йде шляхом відхилення від канонів, вкажемо, що взагалі туризм варто тлумачити як доктрину, в межах котрої є методологічні принципи, теорія, методики і техніки задля, в кінцевому підсумку в перебігу соціологічної рефлексії, вироблення соціологічної концепції як туриста, так і туристичної практики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, де започатковано розв'язання даної проблеми і на котрі спираються автори.** Фраза “вироблення і соціологічної концепції туриста” вказує на те, що економічні концепції туриста не тільки відомі, а вже себе починають вичерпувати як для практиків (знов згадаємо Франжіаллі), так і для теоретиків, а тому далі знов про теорію. Відомо, що в науці для здійснення різних стратегій теоретизування підставою були такі пізнавальні засоби як феномен і ноумен, а в дискусіях змагалися як номіналісти та реалісти, так і матеріалісти та ідеалісти. Згідно статті англійських науковців [3], що регулярно цитують соціологи світу вже більше чверті століття [14, 46] – це, відповідно, такі стратегії: емпіризм та субстанціоналізм й суб'єктивізм та раціоналізм. Зазначені стратегії знайшли втілення в соціології тому, що існує традиція міркувань пошуку об'єкта наукового пізнання від феномена до ноумена і навпаки, що уперше реалізована у філософії Платона, а в канонічній формі одержала втілення у філософії Канта. У соціології вона розвинена Т. Парсонсом, а серед останніх нам відомих текстів її схематичне оформлення наведено в книзі М.В. Ільїна "Слова і значення" [4, 395] та презентоване в 2010 р. в журналі "Психологія і суспільство" [15, 103].

Вести спостереження, за канонами емпіризму [3, 98], означає бачити соціальний світ таким, яким він безпосередньо відображений у відчуттях спостерігача. Таке уточнення емпіризму одержало назву сенсуалізм, згідно з яким джерелом пізнання є відчуття, а предметом - реальність, що існує зовні та незалежно від людських відчуттів. Таким чином, отримане знання, зазвичай, набуває форму узагальнень вірогідності з приводу взаємозв'язку між спостережуваними явищами. В марксизмі це положення набуло істотного діалектичного уточнення. По-перше, за можливості перевірити ці узагальнення на практиці, останні здобувають статус об'єктивно істинних знань; тобто тут процес пізнання і суспільно-історична практика залишаються нерозривними. По-друге, пізнання завжди відбувається через перехід від емпірії до теорії, котра, зі свого боку, здатна впливати на розвиток емпіричних методів та удосконалювати емпіричні узагальнення.

Проте представники емпіризму далеко не завжди враховують це зауваження і зводять пізнання до ретельного накопичення фактів,

пов'язаних із постійними спостереженнями. Оскільки В. Ядов засвідчив [14, 46], що у світовій соціологічній літературі є чверть століття відомою праця англійських соціологів, згідно котрої [3, 98], є популярним приклад того, що виникнення страйків можна послідовно пов'язати із розмірами промисловості, типом технології, рівнем інновацій, характеристиками робочої сили, місцевою політичною культурою, управлінською практикою, членством у профспілках, загальною економічною активністю населення тощо. Цей перелік можливих і часом значущих чинників, за визначенням, звісно можна долучити до більшості соціальних явищ (турист та відповідна практика також), але він не є остаточним; до того ж результати досліджень мають характер тільки статистичного узагальнення досвіду. Наслідками вживання такого підходу до здійснення пізнання стає фрагментарна наукова картина явища в контексті соціального світу, бо і явище, і світ розуміють як потік окремих подій, позбавлений глибинного впорядкування. Отож *емпіризм не здатний на більше, аніж на підсумовування наслідків споглядання у вигляді статистичних показників.*

Загалом емпіричні узагальнення можуть виходити за межі споглядання лише як гіпотетичні твердження, що повинні набути статистичної значущості, а не тільки кількісного виміру, а звідси відповідні "закони" - суть результатів винятково емпіричних узагальнень. Ще одна відмінна ознака емпіризму - прагнення до того, щоб усі поняття, що використовують в описах і поясненнях, визначати слід тільки у термінах споглядання. Мову соціолога у рамках такої стратегії теоретизування розуміють лише як зручний "стенографічний" запис задля організації й підсумовування сприйнятого. Тому вона, щонайперше, позбавлена світоглядного змісту, а поняття, що не підлягають такому продукуванню, сприймають з підозрою як "філософські", а ще гірше - як ідеологічні, котрі зазвичай пропонують вилучати із соціології.

Яскраві приклади названого можна віднайти в емпіричній інтерпретації і трансформації таких понять, як *аномія і відчуження*, узятих відповідно з творів Дюркгейма і Маркса. Слід відзначити, що обидва поняття підлягають переінтерпретації у напрямку співвіднесення із спостережуваними поведінковими станами. І це зрозуміло чому. Джерелом пізнання є відчуття, а реальність, що існує незалежно від них, - його предметом. Відтак емпіризм, нехтуючи раціональними структурами

свідомості, - це достатньо *однобічна методологічна настанова*, що не в змозі забезпечити дослідника повновагомим науковим знанням, що відповідає запитам XXI століття. Вказана настанова - це явна суб'єктивістська методологічна позиція тих науковців, котрі зорієнтовані на неї, незважаючи на зовнішню об'єктивність їхніх думок. Цей суб'єктивізм досить специфічний, оскільки не визнається самими емпіриками, які переконані, що, тільки спираючись на емпіричну дійсність (факти), кількісні методи за умов виключення так званих "беззмістовних понять", себто загальних, вони досягають об'єктивного знання.

Окреслену методологічну позицію у соціології називають ще позитивістською, а з моменту її виникнення філософський емпіризм трансформувався у позитивізм. Однак те, що позитивізм давно вийшов за межі соціології й знайшов своїх прихильників не тільки в суспільствознавстві, але і в природознавстві та навіть у математиці, не свідчить, що власне емпіризм у соціології зник. Річ у тому, що в структурі соціологічного знання існує емпіричний рівень. Це зумовило той факт, що емпірична орієнтація значної частини соціологів, і навіть когорти тих, хто не задіяний до проведення систематичних емпіричних досліджень, зберігається й донині. Тому не дивно, що між емпіриками і тими, хто бачить в цій емпіричній методологічній орієнтації **обмеження для розвитку соціологічного знання**, продовжується гостра дискусія, що наявна з моменту проголошення соціології як самостійної науки.

Тепер має стати читачам очевидно, що домінуюча соціологічна практика стосовно практики туристичної зосереджена на розуміння як її, так і самого туриста, в основному з настанов емпіризму, що має як процедурні зручності, так і недоліки щодо результатів пізнання. Приступаючи до завершення аналізу останніх публікацій з означеної проблеми, звернемося до першого в Україні курсу лекцій з соціології туризму [5], мета котрого, згідно обраного жанру, полягає в наданні студентам узагальнених відомостей з приводу канонів здійснення соціологічного погляду на туризм. На думку В.Федорченка, як автора вступного слова, "У книзі визначено наукові напрямки соціологічного дослідження українськими науковцями... На мою думку, це видання за рівнем постановки саме соціологічних проблем туризму не поступається

світовим зразкам. ... - від висвітлення соціологічного бачення людини-туриста, як головного суб'єкта соціальних відносин у сфері туризму, до розкриття основних форм її взаємодії – в туристичній групі, організації, в соціальній системі туризму в цілому” [12, 7-8]. Оскільки він же рекомендує “Можна порадити авторам книги уважніше вивчати і узагальнювати в теоретичний спосіб світовий, насамперед європейський досвід організації туристичної справи” [12, 7], то звернемо й до себе цю доречну для кожного науковця настанову вивчати світовий та, насамперед, європейський досвід наступної після модернової доби.

**Тому формулювання мети статті** в цьому контексті полягає в тому, щоб зняти зазначену вище наукову проблему шляхом розкриття евристичного потенціалу альтернативних способів рефлексії в соціології туризму на відміну емпіризму, що став гальмом розвитку соціології.

**Виклад основного матеріалу публікації.** Нагадаємо, що на противагу емпіризму (на ґрунті сенсуалізму) і субстанціоналізму, що у світоглядному форматі мали матеріалістичну орієнтацію, в минулому філософії існували ще й *суб'єктивізм* і *раціоналізм*. Між ними наявні свої відмінності, але позиції їх представників схожі в тому, що у світорозумінні вони тяжіли до ідеалізму, джерелом пізнання не вважали зовнішній світ, а розум (раціоналісти). Отже, суб'єктивізм - це така методологічна орієнтація на суб'єкта, яким може визнаватися як людина, так і навіть якась сила, що наділена волею, включаючи волю до пізнання (розбудова в ХХІ ст. різноманітних систем штучного інтелекту дає відповідне уявлення про цю силу навіть пересічним громадянам). Водночас представники сенсуалізму і раціоналізму розходяться в тлумаченні джерела пізнання (відповідно для них значущі відчуття і розум), а субстанціоналізм і суб'єктивізм дають різні інтерпретації предмета пізнання й розуміння сутності знання. Все це вплинуло на розвиток соціологічного знання, включаючи його сучасний стан.

Згідно із *соціологічним суб'єктивізмом* [3, 98-99] соціальні події (наприклад, як вищезгаданий страйк, так і туристична практика), не слід описувати тільки за допомогою винятково емпіричних фактів (тих, що на думку споглядача, їх супроводжують), тобто незалежно від суб'єктивної інтерпретації цих подій. Отже, якщо прибічники суб'єктивізму розглядають туристичну поїздку чи страйк як соціальне явище, то це не

якийсь різновид поведінки, котрий безпосередньо бажають співвіднести статистично з іншим фактом чи масивами фактів, а вже суттєво інакше. Його зміст слід з'ясувати, спираючись на пояснення та інтерпретацію суб'єктів соціального світу, які діють переважно через розповіді (нарративи) чи самих туристів, чи страйкарів, чи думки менеджерів, представників громадськості тощо. Страйк чи поїздка - це не "річ", нібито незалежна від певних інтерпретацій; вони й є саме цією інтерпретацією. Суб'єктивізм названої позиції є сутнісно відмінним від вище опрацьованого типу суб'єктивізму: а) це - свідоме неприйняття соціального факту як об'єктивної реальності; б) це - інтерпретація соціальної реальності як винятково сконструйованої, параметри якої залежать від волі суб'єкта такого конструювання; в) це - заперечення об'єктивності соціологічного знання, бо наголошена як інтерпретація науки як засобу конструювання світу, так і водночас витлумачення останнього як результату такого конструювання. При цьому складність полягає в тому, що подібні погляди досить широко культивують як такі, що приходять на місце класичної науки і наукової картини світу, включаючи соціологію і створену нею *картину соціального світу*, що нібито вичерпали свій евристичний (пояснювальний) потенціал і тому на їх місце повинні прийти некласичні і постнекласичні інтерпретації, часом цілком **профанні**.

Проте є підстави стверджувати, що не всі альтернативи в справі соціологічної рефлексії вже згадано нами. Справа в тому, що предметом інтерпретації є не стільки соціальне явище, тобто не туристична практика чи страйк як такі, а дещо інше - відношення-ставлення до кожного з діючих соціальних суб'єктів, здійснюване з різних позицій, що визначено місцем їх перебування в соціальній структурі (зокрема, як професійній, так і класовій взагалі), культурним досвідом та соціально-груповими умовами їхньої життєдіяльності. От чому ще століття тому, а в деяких країнах і дотепер, страйк розглядали роботодавці як злочин (а в СРСР тільки прагнення до турпоїздки як підставу для уваги компетентних органів), для призупинення котрого вони могли викликати поліцію і навіть розстрілювати страйкарів у разі їх непокори. Натомість самі страйкарі вбачали й донині вбачають у страйку єдино можливий засіб боротьби за свої права. Звідси підстави писати, що соціальні явища - це не

завжди результат раціональних реконструкцій, вартий вельми уважного глибинного пізнання.

З минулого філософії відомо, що так званий *емпіріокритицизм* (критика досвідного пізнання) в особі Маха та Авенаріуса ще на рубежі XIX і XX століть пояснював світ як комплекс відчуттів. І цей методологічний прийом, на жаль, згодом проникнув, як відомо, в соціологію, неабияк змінивши в наш час свій вигляд, намагаючись витлумачувати соціальний світ як своєрідний набір інтерпретацій. Вочевидь із часу проголошення епохи постмодерну провідні соціологи фактично розкололися на два табори у ставленні до соціального світу. Одні кидали виклик класичній картині цього світу, інші, яких не так багато, шукали відповіді на такі виклики. Але все звелось до питання про *епістемологічний статус об'єкта соціологічного пізнання*. Річ у тому, що всі так звані некласичні, постнекласичні, модерністські та постмодерністські соціологічні теорії кружляють навколо **другого/іншого** як об'єкта пізнання, позбавляючи його статусу суб'єкта, тобто ігноруючи його волю.

Оскільки у випадку даної статті рефлексія соціологів стосується туристів та туристичних груп, тобто груп соціальних, то пригадаємо, що поняття *"соціальне"* відображає такий стан суспільства, що є структурованим за багатьма ознаками. Крім того, йому властиве перманентне поглиблення соціальної диференціації, елементи якого покликані виконувати покладені на них функції. Причому таку диференціацію не треба розглядати тільки і винятково як поглиблення вже наявних відмінностей між існуючими соціальними групами і класами. Це одночасно і поява нових ознак соціальної нерівності, однією з яких в останнє десятиріччя стала, наприклад, так звана цифрова нерівність, звісно, в перебігу інституціоналізації туризму має місце й туристична нерівність, причому в кожному її різновиді, хоч поїздка оздоровча, хоч екстремальна тощо. У будь-якому разі обговорення теми соціальної структури в цьому контексті - це обговорення разючої відмінності між соціальними рівністю і нерівністю у форматах як фази їх становлення, так і стосовно цивілізаційних перспектив людства у цілому. В західній соціології ця тема, на жаль, вульгаризована, бо звужена до відмінності соціального і соціетального. Але ще Тьоніс цікавився схожими питаннями



і мав намір отримати на них відповіді з допомогою понять "Гемайншафт" і "Гезельшафт"<sup>6</sup>. Близький до вирішення цих питань був і Дюркгейм зі своїм уявленням про механічну та органічну солідарності. А раніше основоположники марксизму взагалі вели розмову вельми конкретно, тому зовсім не випадково у їхніх роботах термін "соціальне" зустрічаємо вельми рідко і розуміємо переважно у трьох основних значеннях: а) як загальне (для людей); б) як сукупність труднощів, з якими стикаються лише і винятково низи суспільства в їх відносинах з верхами; в) як нерівні відносини між групами і класами. Тому вони займалися аналізом суспільних *відносин* як таких, у котрих беруть участь усі групи і класи суспільства; причому з'ясовано, за яких умов вони у цих відносинах можуть брати рівну участь, а в яких – нерівну.

Отже, в останньому випадку аналізовані відносини перетворюються на соціальні, зовні залишаючись суспільними. З цього випливає, що варті уваги такі стратегії соціологічних досліджень, що розрізняють як за суб'єктом, так і за метою. Мета, як відомо, не може бути незалежна від суб'єкта.

---

<sup>6</sup> А.Севастьянов пише (<http://sevastyianov.livejournal.com/319423.html>):

Мне очень нравится теория Фердинанда Тенниса. Он придумал делить общества на два типа, один назвал Gemeinschaft, а второй – Gesellschaft. Так он хорошо это придумал, что никто не переводит эти термины, а так прямо и называют по-русскому гемайншафт и гезельштафт. В общем-то, он подразумевал под гемайншафтом традиционное общество, а под гезельшафтом – современное. Но нужно сказать, что и сегодня есть гемайншафт и гезельшафт. Можно даже сказать, что гемайншафт это деревня, а гезельшафт – город. Представители гемайншафта живут в соответствии с общинными принципами, контролируют друг друга согласно обычаям и верованиям, работу распределяют по-родственному, культура у них по большей части религиозная, и важно для них мнение семьи и соседей по общине. Люди гезельшафта живут согласно личным интересам, они рациональны, и даже с родственниками за услуги расплачиваются деньгами, контроль у них осуществляется только на основе писаных законов, работают согласно полученному образованию и навыкам, культура – светская, и важно для них мнение деловых кругов, членов политических институтов и т. п. Скажем так, представитель общества гезельшафт подарит женщине цветы с расчетом переспать с ней, а представитель гемайншафт – чтоб сделать ей приятно, то есть бессознательно мысли о «переспать» у него будут, конечно, но сознательно связь между цветами и коитусом будет очень неоднозначной. Представитель гезельшафт, чтоб принять на работу, будет долго тестировать, проверять рекомендации, перечитывать CV, а представитель гемайншафт возьмет в сотрудники племянника институтского друга, потому что нужно же пристроить хорошего парня. В гезельшафте, когда случается преступление, ждут представителей закона, в гемайншафте – собирают братанов и мстят. Так получается, что Россия это гемайншафт, Запад – гезельшафт.

Якщо для суб'єкта об'єктом дослідження постає соціальна рівність, то його мета (предмет) - пошук: а) шляхів пізнання цього предмета; б) ознак, за якими можна узагальнювати те, на що в минулому вже існує відповідна тенденція; в) чинників, що перешкоджають її природно-історичній реалізації; г) інших суб'єктів (груп чи класів), зацікавлених у найшвидшій реалізації даної тенденції. Саме наявність цих умов уможлиблює більшу повноцінність соціологічного пізнання соціальної рівності на відміну від канонічного способу. І навпаки, якщо об'єктом дослідження є соціальна нерівність, то мета (предмет) – пошук шляхів його консервації, що припускає також: 1) виявлення способів консервації такої нерівності, що мали місце в минулому класового суспільства; 2) пошук чинників, що перешкоджають встановленню цієї нерівності; 3) вибір суб'єктів (груп чи класів), які хоча б якось у встановленні соціальної рівності незацікавлені, а тому готові протидіяти тенденції до рівності; 4) дослідження умов, за яких дані суб'єкти, як і ті, котрі зацікавлені у рівності, можуть хоча б тимчасово поміняти свою соціально-історичну орієнтацію і, відповідно, здійснити пошук способів впливу з метою утримання їх свідомості під контролем

Наш сучасник-соціолог у кожному з можливих стратегій або сценаріїв дослідження стикається з усвідомленням потреби не тільки обрати адекватні методологічні принципи та теорію, а ще й світоглядні та ідеологічні орієнтації, водночас з вимогою поглиблення методологічного обґрунтування розуміння соціальної суті домінуючого суб'єкта. Тут зауважимо, що соціальні взаємодії цікаві тим, що це, як правило, суб'єкт-об'єктні, а не суб'єкт-суб'єктні відносини. Отож, у цьому разі *об'єкт є уважним* не до того, на що саме дослідження зорієнтовано, а тим, на що спрямована дія соціального суб'єкта, а це вже продукує артефакти за наслідками дослідження. І це зрозуміло, адже в кожній з можливих парадигм пізнання об'єкт теж окремий, тому що при розгляді відносин між людьми як суто *соціальних* цим об'єктом є *інший* та його, залежна від місця у соціально-груповій структурі суспільства, поведінка, але у випадку розгляду цих відносин як суспільних *об'єктом* пізнання постають *наші* відносини, де поведінка іншого залежить від мого ставлення до нього (як і навпаки). Тобто підстав для появи артефактів достатньо.

Зазначене безпосередньо стосується вітчизняних соціологів, котрі здебільшого перебувають в методологічних рамках соціології першого Модерну (згідно з відомою контейнерною теорією суспільства У. Бека) і котрі, як правило, не звертаються до тем глобалізації і *латентної соціалізації світу*. Саме нарощування такого гатунку соціалізації як альтернативи глобалізації (яку доречно розуміти як поступовий, хоча і нерівномірний наступ соціальних низів у їх боротьбі за свої права та інтереси з світом капіталу, що теж наступає), що актуалізує тему *публічної соціології* (згідно М. Буравого), або *суспільної*, як було часто наголошено на III-V міжнародних форумах соціологів у Львові в 2009-2011 р., з її зростаючою соціальною роллю у пост-недокомуністичних суспільствах.

Отже, в статті до вітчизняного фахового видання із соціології, редколегія котрого має вимоги щодо меж її обсягу, навіть не варто було вище використовувати більше кількох речень для доведення значення туризму як складової світових господарських зв'язків та відносин в глобалізованому сучасному світі. Але на відміну від прикладних турбот практиків туристичної галузі, науковці, які дотичні до неї, мають наразі клопіт і далі розгортати в ХХІ ст. туризмознавство як дослідницький напрям, де є місце й для соціології в множині її спеціальних і галузевих теорій.

В ХХ ст. розгортання цього напрямку йшло скоріше екстенсивно, тобто, ініціативний люд різного фаху здійснював експансію на різні доречні наукові дисципліни як власні, а часом і не зовсім - економіку, право, психологію, філологію, географію, етику, культурологію тощо. Загальновідомо, що наукова проблема пов'язана із розривом поміж практикою і теорією, але сенс її в тих суперечностях, що мають місце в суто наукових дебатах. Наприклад, в соціології представникам різних наукових шкіл притаманно прагнення нав'язати практикам певний спосіб соціологічної інтерпретації відповідних (в нашому випадку – туристичних) явищ і процесів. Якщо певний спосіб проведення соціологічного дослідження туристичної діяльності стає провідним, то отриманий науковий капітал прагнуть конвертувати й в інші різновиди капіталів, не в останню чергу, звісно, в фінансовий за рахунок дослідницьких грантів.

Зараз вже можна спостерігати, що в кожній науковій складовій туризмознавства її евристичний потенціал за рахунок очевидних обставин внаслідок домінування методу споглядання практично вичерпано, а тому слід замість поверхового ковзання переходити на процедури глибокого соціологічного буріння.

У таких умовах виникає запит на суб'єктивізм задля здійснення соціологічної інтерпретації туристичної практики як практики соціокультурної, а це особливо для розвитку соціології в Україні за зразками європейських соціологічних шкіл, де цей підхід давно розгортають. Враховуючи поглиблення соціальної диференціації туристичного простору, в першу чергу виокремлення ділового, наукового, індустріального та інших різновидів туризму, таке фокусування на туристичних практиках дозволить сформувати адекватне уявлення контексту, проектів цілеспрямованої діяльності, а також ідентичностей, тобто рис суб'єктивних, що формують туристи у процесі своєї подорожі.

Зазначене підсилюється таким практичним фактором, як проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу, що сприятиме збільшенню обсягу в'їзного туризму. В умовах існуючого дисбалансу між виїзним (подорожі громадян України за кордон) та в'їзним (подорожі іноземців Україною) туризмом, коли перший набагато випереджає другий, увага дослідників має стати зосереджена саме на соціокультурних моделях конструювання туристичних практик з суттєво різних країн, а також ефектів їх реалізації у контексті нашої країни. Водночас поза увагою науковців ще залишаються ролі внутрішніх туристичних практик як чинника формування соцієтальної ідентичності та консолідації суспільства.

Повертаючись до змісту першого та, як нам відомо, єдиного курсу лекцій з соціології туризму, зафіксуємо базові дефініції, а тому цитата буде розлога. «З погляду соціології туризму - *турист* є основним об'єктом вивчення як особистість, з усіма властивими їй характеристиками та властивостями. Основну увагу науки зосереджено на вивченні структури особистості туриста (спрямованість, потреби, мотивація, установки, розвиток, саморозвиток, пізнання та ін.), його соціальної поведінки та діяльності. З другого боку, він є основним суб'єктом туризму, пізнаюча і

діюча людина, що задовольняє свої потреби, інтереси і бажання в даній сфері".

*Туристична діяльність* - діяльність з організації та здійснення (супроводу) туристичних подорожей, "туроператорський та турагентський різновид сервісної і, зокрема, соціокультурної діяльності, а також інша діяльність з організації подорожей", спрямована, з одного боку, на реалізацію людьми своїх потреб в активному відпочинку та туристичних подорожах, з другого - на організацію цих подорожей та надання споживачам великої кількості предметів, продуктів та послуг різноманітного типу, виду та якості",

*Туристична група* - мала соціальна група, яка є суб'єктом туристичної діяльності, основна організаційна одиниця туристичного потоку.

*Туристична організація* - спільнота чи група людей, об'єднана спільними інтересами щодо задоволення своїх потреб і інтересів у сфері туризму. Можуть функціонувати формальні і неформальні туристичні організації.

*Управління туризмом* - цілеспрямований вплив на об'єкт (туризм) для бажаної зміни його якісних параметрів. Іншими словами, управління туризмом - діяльність з оптимізації організованого розвитку та вдосконалення природних якостей та здібностей людини шляхом залучення її до туристичної діяльності.

Із позицій теорії соціального управління як цілісного конкретного явища з властивими йому закономірностями управління розглядається як функція організованих систем різної природи (біологічних, технічних, соціальних), завдяки якій зберігається їхня структурна визначеність, підтримується режим діяльності, реалізується програма чи свідомо поставлена мета. Управління туризмом вивчається як вид соціального управління, який характеризується ієрархічною структурою розподілу влади, її значною централізацією та використанням переважно нормативного підходу при впливі на членів організації.

Однак управління в даній сфері включає в себе і управління туризмом як соціальним процесом, пов'язаним з підтриманням рівня, темпів росту будь-яких соціальних процесів та явищ в межах допустимого та бажаного. В цьому випадку управління туризмом носить опосередкований характер

через конструювання та налагодження відповідних економічних, правових, організаційних та інших механізмів” [5, 21-22].

Згадка економічного механізму в добу розбудови в Україні ринкової економіки, яка вже давно функціонує навколо країни, особливо у західному напрямку, куди зазвичай зараз мандрують наші туристи, є цілком закономірною. Тоді зрозуміло чому в центр уваги процесу управління туризмом наших практиків потрапляє турист в ролі *homo economicus*, бо його діяльність найпростіше відобразити через індикатори чи показники, згідно канонам емпіризму.

Справді, історія соціології свідчить, що економічну людину вже давно включено в соціологічні розвідки щодо трудової поведінки чи трудової практики, але евристичний потенціал цього підходу до оптимізації управлінням трудової поведінки був вичерпано досить швидко. Звернення до моделі *homo economicus* було обумовлено ще до початку 1990-х років через активні пропозиції експертів уряду СРСР, а згодом країн СНД на здійснення ліберальних реформ, в результаті яких власність більшості підприємств була сконцентрована в руках директорату, приватних осіб (хоча формально вона може належати різним акціонерам), а абсолютна більшість робітників, рядових службовців та фахівців залишилося ні з чим. Позбавленим колишньої опіки з боку держави, політичних і громадських організацій, гарантій зайнятості й стабільності в оплаті праці, працівникам колишніх державних підприємств нічого не залишалося як самостійно виробляти стратегії трудової поведінки. Модель економічної людини виявилася спочатку в цій справі вельми доречна, оскільки головним для кожного працюючого було забезпечення виживання за рахунок максимізації різноманітних зусиль. У короткий час сформували однофакторну (на основі тільки заробітку) модель мотивації праці, а всі інші соціально значимі та змістовні мотиви праці опинилися на периферії. З позицій соціології праці, витіснення змісту праці з мотиваційного ядра трудової діяльності означає криза праці в цілому [2, 6-20].

Проте згідно вже неокласичної економічної теорії явна перевага матеріальних інтересів у праці та забуття духовних свідчило б скоріше не про кризу праці, а про посилення ролі моделі економічної людини для отримання бажаних пояснень. З цієї точки зору, будь-яка господарська дія мотивована інтересом індивіда до максимізації корисності. Вважають, що

при виникненні стимулу, людина прораховує можливі наслідки майбутньої поведінки, оцінюючи при цьому дві обставини: відносну корисність одержуваного блага з урахуванням актуальності потреби в ній і величину витрат, необхідних для отримання блага [7, 64]. Також вважають, що люди домагаються здійснення своїх цілей, діючи досить розумно і значною мірою не зв'язуючи себе ніякими принципами (не дотримуються ніяких моральних норм, ігнорують будь-які правила, якщо в цьому бачать вигоду для себе) [6, 78].

Відповідні автори, розглядаючи модель економічної людини як найкращу, на їх думку, аналітичну схему для проектування соціологічних досліджень, наводять такі аргументи, як високий ступінь розробленості економістами, включення в її схему основних елементів людської поведінки і виключення несуттєвих, наявність мотиву егоїзму не тільки як провідного в кожному типі людської поведінки, а ще як зручного для вимірювання основних рис такого типу поведінки: стійкість, раціональність і доступність [8, 177-189]. Отже, накладення моделі економічної людини на реалії трудової поведінки працівників в країнах СНД передбачало в дослідженні виключення з розгляду як несуттєвих таких його сторін: питання справедливості, допомоги та взаємодопомоги в роботі, солідарності у відстоюванні колективних інтересів, вплив традицій трудової культури (колективізму, патерналізму) і ще ряду інших утворень соціокультурного характеру, без яких не може бути організована праця на підприємствах з будь-якою формою власності.

Модель ця, між тим, не призвела до адекватних прогнозів результатів трудової поведінки, бо, як переконливо показав Ж. Тощенко, звертаючись послідовно до аналізу економічного, соціально-психологічного, творчого, керуючого та інших образів поведінки людини у сфері праці, на кожному новому етапі розвитку суспільства, формуються можливості людині не втратити свої духовні риси [11]. Тому стали потрібні більш адекватні суспільному буттю теоретико-методологічні підходи. До числа таких можна віднести соціокультурну теорію і методологію в дослідженнях трансформаційних процесів, зокрема у сфері різноманітної поведінки. Такий підхід отримав чітке вираження в публікаціях в розпал здійснення ринкових реформ (середина 1990-х). У ньому за основу беруть ціннісні аспекти праці та особливо неформальні норми, що характеризують

суперечливу взаємодію старого (радянського) і нового (пострадянського) або традиційного і ринкового (інноваційного) у трудових відносинах на підприємствах і в самій трудовій поведінці. Його було названо соціокультурним тому, що в пострадянську добу він відображає, по суті, зіткнення двох культур: прозахідної та прорадянської. Його конкретне відображення у сфері праці виявлено було в суперечливому процесі взаємозв'язку залишкової культури праці радянського типу з новими соціально-трудовими відносинами пострадянського змісту.

Отже, почали стверджувати, що соціокультурний підхід є більш нейтральним в порівнянні з економічним і може бути перспективним в дослідженнях трудової поведінки працівників у суспільстві, що трансформується. Саме тому, що в соціокультурному підході немає акценту на чомусь одному, скажімо, ринкових зразках трудової культури, з оголошенням непридатним, архаїчним те, що йому суперечить (традиції колективізму і патерналізму), його можна розглядати як більш адекватний у справі досліджень трудової поведінки. Він справді є підходом, що розглядає традиційне та інноваційне, ринкове і неринкове як взаємопов'язані дуальні соціокультурні опозиції. Дуальна опозиція претендує на статус категорії не тільки культурологічної, а й соціально-психологічної, що відображає в цілому амбівалентність полюсів опозиції і разом з тим їх рух один до одного, а вектор спрямованості багато в чому залежить від складної ціннісної орієнтації суб'єкта [1, 160-161].

Прикладом доречності розгляду туристичної практики не як економічно зорієнтованої, а інноваційно інакше, є стаття Ю.В. Середи з промовистою назвою "Практичний зміст туризму як соціокультурного феномену". Вона узагальнила досвід тих дослідників туристичного простору, які акцентували свою увагу на "людині, що шукає враження", а базовою туристичною практикою вважають здобуття нового досвіду (див. [9]). Так, вказано, що Бурстин і Тьорнер на прикладі масового туриста аналізували псевдореалістичність досвіду туристів, бо нові враження є масовим продуктом, спеціально сконструйованим для туриста середнього віку, представника середнього класу, і не надають можливість поринути у реальний світ іншої культури. Навпаки, Д. Мак-Кенелл, розглядаючи туриста епохи постмодерна, вбачав основний сенс у пошуку автентичних вражень і набуття нового досвіду через вихід за межі власної



повсякденності в процесі подорожі. П'ять варіацій туристичного досвіду виявив Е. Коен: 1) рекреаційний, що відповідає структурно-функціоналістському погляду на туризм як дозвілєву практику і спосіб відновлення фізичних та духовних ресурсів; 2) диверсійний, за яким туристичний досвід є можливістю вийти за межі рутинізованої повсякденності; 3) експеріментальний, що відповідає новому, автентичному досвіду та надає можливість пошуку сенсів у інших культурних формах; 4) експериментальний, що характеризує туристів, які не тільки споглядають автентичність іншої культури, а й тестують її на смак (наприклад, програми "Work & travell"); 5) екзистенціальний, коли отримання вражень під час туристичної подорожі є безпосередньо сенсом життя (наприклад, прочани, кочівники, регулярні подорожі на історичну батьківщину мігрантів тощо). Незважаючи на таку різноманітність мотивацій та характеристик подорожей, всі названі дослідники, на думку Ю.В.Середа, у своїх дослідженнях туристичного досвіду спираються на поняття "інший", підкреслюючи ключову характеристику туристичних практик - їх "інаковість", принципову відмінність від повсякденних, рутинних дій. Виняток становить лише екзистенціальний туризм, коли самі подорожі формують повсякденність. Тим більш, виняток, як відомо, лише підкреслює правило. І кочівники, і прочани мотивовані пошуком інших вражень, хоча такий пошук і формує їх сенс буття.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку.** Розгляд соціального і економічного в їх напруженому співвідношенні та латентній суперечливості дозволяє виявити глибинні регулятори дійсно суперечливої поведінки людини у кожній сфері суспільства, виявити як може впливати економічне на культурне, і навпаки, а головне – це обґрунтування адекватного способу соціологічної рефлексії для кожної ситуації взаємовпливу. Справді, огляд використаних джерел та власні міркування показав, що в основу соціокультурного покладено поняття "соціокультурне", що має потужний дослідницький потенціал. Воно, в свою чергу, є основою для розробки низки термінів, пов'язаних з нею, але конкретніших: соціокультурні процеси, чинники, коди, явища, ідентифікації, зв'язки тощо. Згідно П. Сорокіна, всі вони повинні розкривати прояви соціокультурного, тобто виходити з паритетності культури та соціальності, зокрема, з їх "незвідності" та "не

виводимості” одного з другого та навпаки, або з інших обставин [10, 219]. В даний час використання даної категорії супроводжує методологічна плутанина, часто суперечать один одному тлумачення сенсу соціокультурного або зовсім відсутні будь-яких уточнень її змісту. Безсумнівно, що захоплення соціологів використанням термінології, пов'язаної з категорією "соціокультурного", було багато в чому викликано бажанням уникнути економічного детермінізму, що чимало часу панував у науці, стимулюючи дослідників до зручного застосування канонів емпіризму.

У зв'язку з цим, як адекватною фахівцями проголошена інтерпретація соціокультурного, що надана П. Сорокіним. Згідно з нею, соціокультурне явище стає можливим при наявності значущої взаємодії двох і більше індивідів, в якому виділяють три необхідні компоненти: 1) суб'єкти взаємодії, 2) значення, цінності і норми, завдяки яким індивіди взаємодіють, усвідомлюючи їх і роблячи обмін ними, 3) дії і матеріальні артефакти як двигуни або провідники, з допомогою яких об'єктивують і соціалізують нематеріальні значення, цінності і норми [10, 193]. Соціальний порядок, що побудований на основі взаємодій, значущих для індивідів, носить нероздільний характер [10, 219]. Тому з нього не можна вирвати економічні відносини, не торкнувшись культури, так само як не можна окремо, без урахування значущих для особистості взаємодій в суспільстві розглядати культуру і залишатися при цьому соціологом. Таке визначення соціокультурного і його подальший розвиток в теорії іманентних соціокультурних змін в силу наявних і потенційних власних ресурсів дозволило П. Сорокіну йти від однофакторного підходу до пояснення змін у соціальній реальності, будь то економічний детермінізм К. Маркса чи культурний детермінізм М. Вебера.

Соціологи другої половини ХХ ст. в своїх застереженнях показали, що питання можливих протиріч, боротьби між даними складовими соціокультурної реальності не отримали достатньої і ясної відповіді у творчості П. Сорокіна. Тому актуальними в дослідженнях суспільств, що трансформуються, є пошуки такої соціологічної рефлексії стосовно кожного виду суспільної практики, зокрема й туристичної, що буде презентувати суспільство як велику самодостатню соціокультурну систему, в якій зберігається динамічний баланс між культурними і

економічними компонентами. Тому будемо пам'ятати, що культура – це спосіб реалізації суб'єктивних (ідеальних) уявлень, думок, здібностей, інтенцій індивідів, а економічне відображає матеріальні умови, рамки, межі, структуру в цілому.

### *Література*

1. Ахиезер А.С. Россия: Критика исторического опыта. В 2-х томах. Т. 1. От прошлого к будущему. – Новосибирск: Сибирский хронограф, 1997.
2. Беляева И.Ф., Булычкина Г.К., Молоканова И.А. Кризис труда и его последствия // Изменения в мотивации труда в новых условиях. – Москва: НИИ труда, 1992.
3. Джонсон Т, Дандекер К, Эшуорт К. Теоретическая социология: условия фрагментации и единства // Теория и история экономических и социальных институтов. – Том I, вып. 1. – Москва: 1993.
4. Ильин М.В. Слова и смыслы. Опыт описания ключевых политических понятий. – Москва: РОССПЭН, 1997.
5. Лукашевич М.П., Шандор Ф.Ф. Соціологія туризму: Курс лекцій. – Ужгород: Видавництво “Мистецька Лінія”, 2008.
6. Милгром П., Роберте Д. Экономика, организация и менеджмент. В 2 т. / Пер. с англ. / Под ред. И. И. Елисейевой, В. Л. Тамбовцева. – Т.1. – Санкт-Петербург: Эконом. шк., 1999.
7. Радаев В.В. Экономическая социология. – Москва: Аспект Пресс, 1997.
8. Радаев В.В. К обоснованию модели поведения человека в социологии (основы "экономического империализма") // Социологические чтения. Вып. 2. Сборник материалов ежегодного методологического семинара. – Москва: Изд-во Института экспериментальной социологии, 1997.
9. Середа Ю.В. Практичний зміст туризму як соціокультурного феномену // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна 2010, № 889. - Вип. 25. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: Теорія, методологія, методи.
10. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – Москва: Политиздат, 1992.
11. Тощенко Ж.Т. Социология труда: опыт нового прочтения. – Москва: Мысль, 2005.
12. Федорченко В.К. Вступне слово // Лукашевич М.П., Шандор Ф.Ф. Соціологія туризму: Курс лекцій. – Ужгород: “Мистецька Лінія”, 2008.

13. Франжіаллі Ф. Тенденції розвитку міжнародного туризму // Лекція, прочитана в Київському університеті туризму, економіки і права (Київ, Україна, 9 жовтня 2002 року). – Київ: Видавництво КУТЕП, 2002.
14. Ядов В.А. Возможности совмещения теоретических парадигм в социологии // Социологический журнал. – 2003.
15. Яковенко Ю. Методологічна невизначеність в епоху постмодерну // Психологія і суспільство. – 2010. – № 1.

**A. Yakovenko, N. Dubovych. Tourist as object sociological reflection: canonical and innovative practices.**

*Towards the evolution of sociological reflection identified as canonical and innovative versions. Empiricism is popular because of the convenience to obtain quantitative characteristics of the obvious signs of the phenomenon or process, but it gives in to other strategies of theorizing in depth knowledge of latent signs. The development of management of tourism practice will be optimal in the case of the use of socio-cultural approach rather than economic determinism.*

**Key words:** *tourist, sociological reflection, theorizing strategy, management of tourism practice.*

**УДК 316.347**

**В. І. Крячко**

**ДО ПИТАННЯ ПРО ОПЕРАЦІОНАЛІЗАЦІЮ БАЗОВИХ ПОНЯТЬ У ДОСЛІДЖЕННІ МІЖЕТНІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ**

*Стаття присвячена операціоналізації базових понять у дослідженні міжетнічної взаємодії. Привернута увага до важливості операціоналізації базових понять у контексті поняттєво-категоріального апарату дослідження міжетнічної взаємодії з тим щоби найбільш адекватно відтворити це явище у конкретних соціально-психологічних та етнокультурних умовах.*

**Ключові слова:** *міжетнічна взаємодія, етнічність, етнічна система, інтерація, міжетнічний конфлікт, етнополітичний менеджмент, соціодіагностика.*

**Актуальність** дослідження даної проблематики пов'язана із сучасними інформаційно-трансформаційними та етнополітичними процесами міжкультурної комунікації та міжетнічної взаємодії у контексті