

УДК 316.62:379.85:001.5

**В. Г. Шпакова**

аспірант кафедри соціології

Одеського національного університета імені І. І. Мечникова

к. 40, Французський бул., 24/26, Одеса-58, 65058, Україна

тел. (066) 2027210, e-mail: camila2112@mail.ru

## МОДЕЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Проблема формирования туристического поведения становится весьма актуальной, позволяющей по-новому взглянуть на проблему мотивации потенциальных потребителей туристического продукта, что, в свою очередь, способствует развитию внутреннего туризма региона. В данной статье описаны существенные признаки понятия «поведение человека» в контексте современной социологии. Раскрывается сущность туристического поведения с позиций плюралистического подхода, представлены различные модели туристического поведения.

**Ключевые слова:** поведение человека, туристическое поведение, моделирование, модель туристического поведения.

В современной социологии для объяснения и познания сложных социальных фактов, явлений, к которым принадлежит и поведение человека, используют метод социального моделирования. В частности, В. И. Добреньков и А. И. Кравченко характеризуют модель поведения как сложное социокультурное явление, сравнивая её с художественным фильмом. Как фильм в целом состоит из отдельных кадров, так и модель поведения состоит из отдельных типов социального действия [1, с. 885]. Следовательно, для понимания сущности и механизмов туристического поведения человека целесообразно воспользоваться научным методом социального моделирования — методом познания социальных явлений и процессов посредством воспроизведения их характеристик на специально созданных для этого моделях. Модель-объект-заместитель, который при определенных условиях воспроизводит черты и характеристики оригинала как в предметном, так и в знаковом виде, в частности, в теоретических конструктах (абстрактном представлении теории). Примером последнего являются «идеальные типы» М. Вебера. Типология социальных действий М. Вебера включает четыре типа: целерациональное, ценностно рациональное, традиционное и аффективное поведение [2, с. 24]. Первый тип — целерациональное поведение, предполагающее свободный и осознанный выбор цели, например, продвижение по службе, покупка туристической услуги или иного товара, деловая встреча. Такое поведение обязательно свободное. Воля означает отсутствие какого-либо принуждения со стороны коллектива или толпы. Другая характеристика — ориентация на поведение других людей, предсказание его, использование такого предвидения, как

«способа» построения собственных действий. Действительно, с одной стороны, выбор путешествия как средства проведения свободного времени осуществляется человеком свободно. С другой стороны — место и время, стоимость туристических услуг, избираемых, ориентируются на их престижность, статусную значимость, моду и т. д. Другой тип — ценностно-норациональное поведение, базируется на сознательной ориентации или на вере в нравственные или религиозные идеалы. Идеалы ценятся выше за минутные цели, расчеты, желание выгоды. Деловой успех отходит на второй план. Человек может даже не интересоваться мнением окружения: осуждают они его или нет. Он думает только о высших ценностях, например, о спасении души или о выполнении обязанностей. С ними человек сравнивает свои поступки. Подобный тип туристического поведения присущ таким видам туризма, как паломничество, ностальгический туризм и т. д. Третий тип — традиционное поведение, которое нельзя даже назвать сознательным, потому что в его основе лежит «притупленная» реакция на привычные события. Оно реализуется по какой-то принятой схеме. Раздражителями выступают различные табу и запреты, нормы и правила, традиции и обычаи, которые передаются из поколения в поколение. Такими, например, являются, обычаи гостеприимства, существующие у всех народов, которых нужно автоматически, по привычке придерживаться. Примером такого туристического поведения может быть избрание путешествия человеком, который вырос в семье туристов, где путешествия с детских лет стали традиционной формой проведения отпуска. К такому типу поведения можно также отнести поведение человека, проводящего свой досуг в группе с определенными интересами туристического направления: туристическая секция, клуб туристов и др. Четвёртый тип — аффективное или реактивное поведение. Аффект — это искреннее волнение, которое перерастает в страсть, сильный искренний порыв. Аффект идёт изнутри, под его влиянием человек ведёт себя бессознательно. Будучи кратковременным эмоциональным состоянием, аффективное поведение не ориентировано на оценку других или сознательный выбор цели. Растерянность перед неожиданностью, чистосердечное возвышение и энтузиазм, раздражение от окружения, подавленное состояние и меланхолия — всё это аффективные формы поведения. Этот тип имеет место и в туристическом поведении, в частности, если решение о путешествии принимается под воздействием впечатлений и эмоций от рассказов друзей и родственников или под воздействием средств массовой коммуникации. Понятно, что сложность и полимотивационный характер туристического поведения требует синтезировать все четыре типа в целостную картину, образуя определённую модель туристического поведения, в частности, в виде теоретических конструктов — определённых концептов и теорий. Исходя из сложности и плюралистического характера влияния факторов на коммуникативное поведение человека, её социальная модель имеет характер не одного, а нескольких теоретических конструктов, каждый из которых объясняет и раскрывает те или иные характеристики объекта. Некоторые из этих теорий описывают наиболее общие закономерности и механизмы человеческого поведения.

Плюралистическая теория поведения человека П. О. Сорокина. Согласно ей поведение человека, в частности, туристического, обусловлено взаимодействием трёх групп факторов: космических, биологических и социально-психологических. Среди социально-психологических мотивов выделяют простые:

- 1) идеи, совокупность которых составляют знания и верования человека;
- 2) чувства-эмоции, присущие человеку и состоящие из переживаний боли или удовольствия, любви, ненависти, гнева, страха и т. д.;
- 3) стремление людей, что заключается в сознательной подготовке целей, связанных с самыми дорогими сторонами собственного «Я», и в желании осуществить эти цели.

Пусковые механизмы, запускающие эти «моторы» поведения, являются естественными потребностями для человека мыслить, переживать, хотеть. Все другие социально-психологические факторы считаются сложными, поскольку они представляют собой сочетание ряда простых социально-психологических факторов, или космических, биологических и социально-психологических факторов. Особенности влияния социально-психологических факторов на выбор путешествия как вида поведения, в отличие от космических и биологических раздражителей, воспринимаются человеком как ограничение свободы его поведения. А влияние социально-психологических факторов воспринимается как проявление свободы, как выявление устремлений собственного «Я», что является фокусом пересечения собственных идей, стремлений и чувств, то есть фокусом социально-психологических сил. Таким образом, рост влияния последних на туристическое поведение воспринимается как рост личностной свободы, как уменьшение зависимости от условий, посторонних и чужих личностному «Я». Вот почему социально-психологические раздражители туристического поведения кажутся такими, что освобождают. Этот субъективно неотвратимый факт во многом объясняет, почему, с одной стороны, так сильно влияют социально-психологические факторы (и способы массовой коммуникации в частности) на туристическое поведение людей. А с другой стороны, почему люди «не замечают» этого влияния. Ведь такое влияние воспринимается не как ограничение свободы, а как её рост, как своеобразное «освобождение» от внешних сил при выборе вида и времени путешествия. Системно-структурный подход к поведению человека (И. И. Хомич), поведение человека как открытой многоуровневой биопсихосоциальной системы рассматривается как непрерывный процесс обмена энергией и информацией. Следовательно, информация рассматривается как один из главных атрибутов жизни. При этом туристическое поведение рассматривается как важная атрибутивная характеристика обеспечения жизни человека. Таким образом, системная интеграция плюралистического подхода дает возможность уточнить роль коммуникационной составной в поведении человека, чётче понять механизмы и характеристики коммуникативного поведения. Модель коммуникативного поведения (В. П. Конечкая) объясняет коммуникативное поведение как такое, что мотивируется коммуникативной потребностью. Эта модель, как и две предыдущие, осно-

ывається на мотиваційних теоріях, згідно з якими будь-яке поведіння людини обумовлюється необхідністю задовольнити потреби. Так, в теорії П. Сорокіна такими потребами визначені важливі для життєзабезпечення потреби, як потреба мислити, потреба в емоційних переживаннях і потреба в прагненнях. В моделі поведінки І. І. Хомича такою потребою є потреба в обміні з оточуючим середовищем енергією і інформацією. Актуальні зараз потреби в обміні інформацією і мотивація відповідного комунікативного поведіння настає внаслідок порушення рівноваги по обміну інформацією. В моделі В. П. Конечкої комунікативна потреба визначається стійкою необхідністю індивідів в обміні смисловою і оцінковою інформацією з метою взаємодії в різних сферах свого існування і впливу одне на одного в умовах комунікації різного типу [3, с. 67]. Зрозуміло, що потреба в общині, як одна з важливих відносно подорожі, займає видне місце в системі мотивації туристичного поведіння. Ітак, модель В. П. Конечкої може бути привнесена до інтеграційної теоретичної поліпарадигмальної моделі дослідження туристичного поведіння. Адаптивно-соціалізаційна модель туристичного поведіння (М. П. Лукашевич) розглядає туристичне поведіння як різноманітність адаптивного поведіння, яке мотивується актуалізацією орієнтованої потреби людини на відповідь появи новизни в оточуючому середовищі. Орієнтовані потреби закладені в процес саморегуляції поведінки для забезпечення адекватної оцінки змін в життєвій ситуації і вибору на цій основі відповідної моделі поведінкового взаємодії з ситуацією. Орієнтовані потреби мають свою структуру, яка включає пізнавальні потреби, потреби в емоційному контакті [4, с. 25]. Кожна з складових орієнтованих потреб обумовлює відповідні види адаптивного поведіння людини. Так, під впливом пізнавальної потреби мотивується прагнення до пізнання незрозумілих індивідуальних явищ. Потреба в емоційному контакті відповідає регулюванню поведінки людини в залежності від емоційних відносин з іншими людьми. Таким чином, реалізація орієнтованих потреб мотивує таке поведіння людини, яке спрямоване на дослідження і аналіз нової ситуації оточення, яке складається не тільки з урахування предметних відносин, але і емоційних оцінок з іншими людьми, а також відносин з сукупністю суспільних цінностей. В результаті виникає можливість не тільки констатувати події, але і передбачити, планувати їх. Завершальним етапом і результатом мотивації адаптивного поведінки є формування цілей діяльності і програми з її реалізацією. Мотивація адаптивного поведінки виникає за такою схемою. Зміни в оточуючому природній або соціальній середовищі, що стосуються певної людини, створюють елемент новизни ситуації, який є джерелом виникнення в ній орієнтованих потреб. Під впливом останніх здійснюється

вляється мотивація її поведіння, направленою на задоволення орієнтованих потребностей, формуються в свідомості ціль і програма цього поведіння. Цілью поведінки стає досягнення адекватної оцінки змін оточуючого середовища і нової ситуації в цілому, визначення значимості цих змін для себе і для успішного взаємодія з оточенням, необхідності його корекцій, шляхів реалізації. Програма поведінки включає в себе вивчення і аналіз інформації про зміни, розширення для цього рівня емоційних контактів, співвідношення особистих інтересів і цінностей з суцільною значимістю і цінностями змін. Нетрудно зрозуміти, що описаний процес повністю застосовується для опису туристичного поведіння. Адже в умовах глобалізаційних впливів, масштаби і простір ситуацій оточуючого середовища, які є важливими для людей в різних країнах світу, динамічно поширюються. Відповідно, розширюється побудительне простір і масштаби значимої новизни, що може викликати актуалізацію адаптивної потреби. А можливість її задоволення потребує подорожі в достатньо віддалені регіони, щоб, очевидно, при особистій участі оцінити цю новизну, визначити значимість цих змін не за інформацією ЗМІ (яка нерідко формує кілька спотворене уявлення про події), а за отриманою інформацією власноручно. Отже, пусковий механізм туристичного поведіння згідно з цією концепцією є орієнтованим на основні потреби людини в відповідь на появу новизни в оточуючому середовищі, які людина визначає, як важливі для себе. Модель побудована на основі двох парадигм: екоантропологічної і семиосоціопсихологічної (Т. М. Дридзе). Туристичне поведіння, яке розуміється як вид комунікативного поведіння, згідно з цією моделлю може розглядатися як механізм інтерактивного обміну людиною з її природним, культурним і соціальним оточенням, яке відбувається в подальшій соціокультурній ситуації. Движущою силою такого поведіння виступають інтенції взаємодія, що лежать в основі зародження, становлення і поширення зразків поведінки, спілкування і взаємодія людей з усіма елементами їх життєвої ситуації. Взаємодію передіє «проігравання» в людському уявленні цієї ситуації текстової діяльності — перебору комунікативно-пізнавальних програм, в результаті чого з'являється модель конкретної життєвої ситуації як сукупності важливих, тобто «втянутих» в орбіту життєдіяльності людини подій і обставин, здійснюють безпосереднє або опосередковане вплив на його світогляд і поведінку в кожному конкретному періоді життєвого циклу [4, с. 18]. Особливістю цієї моделі є привертання уваги до пояснення якогось-будь-якого, зокрема, туристичного, поведінки текстової діяльності. Тексти, визначені зразки (образи), стереотипи поведінки людей в тій або іншій життєвій ситуації, здатні включити їх в орбіту текстової діяльності, відповідно, створення мисленої моделі взаємодія людей в конкретній життєвій

ной ситуации. Интегрируя рассмотренные подходы относительно моделирования туристического поведения человека и привлекая их к созданию обобщенной модели, можно представить её в таком виде. Потребность человека в непрерывном обмене энергией и информацией реализуется путём переживания ней непрерывной последовательности конкретных жизненных ситуаций, необходимость оценки которых актуализирует ориентированную потребность в сочетании с потребностью осмысления этой ситуации и создания в сознании человека мысленной модели ситуации. Для этого в процессе текстовой деятельности происходит мысленный «обзор» набора текстов, тех, которые есть в памяти человека, так и тех, которые возможно получить через текстовый диалог с носителями нужной информации. Сформированная в процессе диалога модель конкретной жизненной ситуации становится основой для разработки программы взаимодействия человека с этой ситуацией. Эта программа реализуется в процессе поведения относительно продолжения «метаболизма», в частности, в туристическом поведении. Таким образом, туристическое поведение является неотъемлемой составляющей жизнедеятельности человека, одним из важных условий и механизмов сохранения и воспроизводства как жизни человека, так и человечества в целом. Доминирование той или другой парадигмы в интеграционной модели туристического поведения обуславливается конкретной ситуацией, совокупностью природных и социально-психологических условий, в которых происходит туристическая деятельность.

### **Список использованной литературы**

1. Добренъков В. И., Кравченко А. И. Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 8: Социализация и образование / Владимир Иванович Добренъков // ИНФРА-М. — М., 2005. — С. 882–911.
2. Weber M. Economy and Society/Max Weber // Vol. I. — Berkeley, 1978. — P. 24–25.
3. Конецкая В. П. Социология коммуникации /В. П. Конецкая // МУБИУ. — М., 1977. — С. 170.
4. Лукашевич Н. П. Производственная адаптация молодёжи: сущность, функции, управление / Н. П. Лукашевич // УСХЛ. — К., 1990. — С. 24–26.
5. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семисоциопсихологической парадигмах: В 2 кн. Кн. 1 / Т. М. Дридзе. — М.: Изд-во Института социологии РАН, 2000. — С. 16–23.

*Статья поступила в редакцию 20.03.2014*

**В. Г. Шпакова**

кафедра соціології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова  
к. 40, Французький бульвар, 24/26, Одеса-58, 65058, Україна

**МОДЕЛЬ ТУРИСТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС**

**Резюме**

Проблема формування туристичної поведінки стає вельми актуальною, дозволяє по-новому поглянути на проблему мотивації потенційних споживачів туристичного продукту, що, в свою чергу, сприяє розвитку внутрішнього туризму регіону. У даній статті описані сутнісні ознаки поняття «поведінка людини» в контексті сучасної соціології. Розкривається сутність туристичної поведінки з позицій плюралістичного підходу, представлені різні моделі туристичної поведінки.

**Ключові слова:** поведінка людини, туристична поведінка, моделювання, модель туристичної поведінки.

**V. G. Shpakova**

Sociology Department of the Institute of Social Sciences  
Odessa I. I. Mechnikov National University  
24/26 Frantsuzky Bulvar, room 40, Odessa, 65058, Ukraine

**THE MODEL OF TOURIST BEHAVIOUR: SOCIOLOGICAL DISCOURS**

**Summary**

The problem of formation tourist behaviour is a very topical, creating a new look at the problem of the motivation of potential consumers of tourist product, which, in turn, contributes to the development of domestic tourism in the region. This article describes the essential features of the concept of «human behavior» in the context of contemporary sociology. The essence of tourist behaviour vis-a pluralistic approach, describes various models of tourist behaviour.

**Key words:** human behavior, tourist behavior, modeling, model tourist behavior.