

- Kovtun, E. O., Polishchuk, I. V., and Turets, Yu. M. "Shliakhy optymizatsii zovnishnyoekonomichnoi diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv" [Ways to Optimize the Foreign Trade of Domestic Enterprises]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo»*, vol. 1, no. 6 (2016): 172-174.
- Kravchenko, Ie. "Managing of the Export Potential of the Ukrainian Enterprises in the Context of Entrance to the European Market". *Central European Journal of Management*, vol. 1, no. 2 (2014): 19-39.  
DOI: <https://doi.org/10.5817/CEJM2014-2-2>
- [Legal Act of Ukraine] (1991). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
- [Legal Act of Ukraine] (2014). [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text)
- Lyskova, L. M. "Pidvyschennia eksportnoho potentsialu Ukrainy yak peredumova dosiahnennia tsilei rehionalnoi torhovelno-ekonomichnoi spivpratsi" [Increasing the Export Potential of Ukraine as a Prerequisite for Achieving the Goals of Regional Trade and Economic Cooperation]. *Yevropeiski perspektyvy*, no. 9 (2014): 12-18.
- Matalka, S. M. *Upravlinnia efektyvnistiu zovnishnyoekonomichnoi diialnosti pidpriemstv* [Management of Efficiency of Foreign Economic Activity of Enterprises]. Luhansk: Noulidzh, 2011.
- Mazaraki, A. A. et al. *Zovnishnyotorhovelni aspekty konkurentnoi polityky Ukrainy v umovakh SOT* [Foreign Trade Aspects of Ukraine's Competition Policy in the WTO]. Kyiv, 2008.
- Priorytety natsionalnoho ekonomichnoho rozvytku v konteksti hlobalizatsiinykh vyklykiv* / V. Heiets, A. Mazaraki (eds.) [Priorities of National Economic Development in the Context of Globalization Challenges], part 2. Kyiv, 2008.
- "Zovnishnoekonomichne spivrobitnytstvo Ukrainy: stan, perspektyvy rozvytku, zahrozy ta ryzyky" [Foreign Economic Cooperation of Ukraine: State, Prospects of Development, Threats and Risks]. Borysfen Intel. May 16, 2014. <http://bintel.com.ua/uk/article/vneshekonom/>
- "Zovnishnyoekonomichni vidnosyny Ukrainy z YeS" [Ukraine's Foreign Economic Relations with the EU]. Kyivskyi natsionalnyi ekonomichniy forum. August 17, 2017. <https://forumkyiv.org/uk/analytics/zovnishnoekonomichni-vidnosini-ukrayini-z-yes>
- Zosymova, Zh. S. "Problemy ta umovy pokrashchennia zovnishnyoekonomichnoi diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv" [Problems and Conditions for Improving the Foreign Economic Activity of Domestic Enterprises]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 2 (2013): 119-124.

УДК 338.48:316.72-044.352  
JEL: A13; F01; Z10

## РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЯК ШЛЯХ ФОРМУВАННЯ КРОС-КУЛЬТУРНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ

©2021 АТАМАНЧУК З. А.

УДК 338.48:316.72-044.352  
JEL: A13; F01; Z10

### Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму як шлях формування крос-культурної толерантності

Метою наукової публікації є дослідження комунікативних аспектів туризму, його ціннісного впливу на людину та обґрунтування особливостей розвитку міжнародного туризму як шляху формування крос-культурної толерантності. У статті акцентовано увагу на культурних цінностях і ціннісних характеристиках міжнародного туризму, ролі комунікативної культури особистості як основної ланки концепції теоретичної моделі загальнолюдських цінностей, важливості дотримання принципів толерантності, що набувають усе більшого значення в сучасному світі в умовах глобалізації економіки, розвитку комунікацій, зростання мобільності, інтеграції, взаємозалежності та перетворення соціальних культур. Систематизовано підходи до аналізу туризму як соціального та культурного явища, виокремлено етапи комунікативного процесу. Проаналізовано зміст найбільш значущих документів у сфері міжнародного туризму, прийнятих за участі Всесвітньої туристської організації, де підкреслюється необхідність дотримання толерантних форм спілкування. Зроблено наголос на ролі міжнародних організацій у посиленні культурних зв'язків між народами, взаємозбагаченні культур внаслідок туристичного обміну, дотриманні принципів толерантності. На шляху до застосування в практиці налагодження міжкультурних комунікацій у міжнародному туризмі обґрунтовано дієвість таких методів, як: впровадження адекватної системи акультурації, що передбачає такі типи комунікаційних зв'язків, як інтеграція, асиміляція, поділ, маргіналізація на рівнях емоцій, дій та пізнання; створення таких умов приймаючою стороною, які б сприяли підвищенню рівня задоволеності туристів шляхом налагодження постійного обміну інформацією, підтримки зворотного зв'язку, поширення серед відвідувачів контенту щодо перспектив розвитку об'єктів туристичної інфраструктури країни перебування.

**Ключові слова:** міжнародний туризм, культура, культурні цінності, комунікації, комунікативний процес, крос-культурна толерантність.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-58-64>

Табл.: 2. Бібл.: 15.

**Атаманчук Зорина Асланівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса (вул. 600-річчя, 21, Вінниця, 21021, Україна)

E-mail: [zarinaatamanch@ukr.net](mailto:zarinaatamanch@ukr.net)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6139-1653>

**Atamanchuk Z. A. The International Tourism Development as a Way to Formation of Cross-Cultural Tolerance**

The scientific publication is aimed at exploring the communicative aspects of tourism, its value impact on humans, substantiating the peculiarities of the development of international tourism as a way to formation of cross-cultural tolerance. The article accentuates on the cultural values and value characterizations of international tourism, the role of the communicative culture of the individual as the main link in the concept of the theoretical model of universal human values, the importance of adherence to the principles of tolerance, which are becoming increasingly important in the modern world in the context of globalization of the economy, development of communications, growth of mobility, integration, interdependence and transformation of social cultures. The approaches to analyzing tourism as a social and cultural phenomenon are systematized, the stages of the communication process are distinguished. The author analyzes the content of the most significant documents in the sphere of international tourism adopted with the participation of the World Tourist Organization, which emphasizes the need to adhere to tolerant forms of communication. The focus is placed on the role of international organizations in strengthening cultural ties between peoples, mutual enrichment of cultures as a result of tourist exchange, observance of the principles of tolerance. On the way to the application in practice of establishing intercultural communications in international tourism, the article substantiates effectiveness of such methods as: introduction of an adequate system of acculturation, which involves such types of communication ties as integration, assimilation, division, marginalization at the levels of emotions, actions and cognition; creation of such conditions by the host party, which would contribute to increasing the level of satisfaction of tourists by establishing a constant exchange of information, maintaining feedback, disseminating content among visitors regarding the prospects for the development of tourist infrastructure of the host country.

**Keywords:** international tourism, culture, cultural values, communication, communication process, cross-cultural tolerance.

**Tabl.:** 2. **Bibl.:** 15.

**Atamanchuk Zoryna A.** – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of International Economic Relations, Vasyl Stus Donetsk National University (21 600-richchia Str., Vinnytsia, 21021, Ukraine)

**E-mail:** zarinaatamanch@ukr.net

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-6139-1653>

У сучасному світі, який є відкритим і характеризується взаємозалежністю людських спільнот, релігій, культур, у людей в межах однієї системи формуються напрями діалогічної комунікації, виникає інтерес до спільної діяльності, зацікавленість в історичній, культурній спадщині, особливостях функціонування простору глобального інформаційного суспільства. Постійне бажання людини пізнавати світ є поштовхом для розширення меж соціокомунікацій, вивчення специфіки інших культур, поведінки представників цих культур у процесі знайомства з особливостями їхнього побуту, суб'єкт-об'єктних і суб'єкт-суб'єктних відносин, особливостями ціннісних орієнтирів тощо. Саме міжнародний туризм в умовах глобалізації стає чинником розвитку та розширення каналів крос-культурного спілкування, яке через соціальну взаємодію на індивідуальному та груповому рівнях є потужним інструментом установалення діалогу між культурами.

Залучення до туристської активності різних прошарків населення планети збільшує та розширює кількість каналів крос-культурної комунікації, що сприяє взаєморозумінню народів, перетворенню ще «закритих» суспільств на більш відкриті, на такі, що поступово та добровільно залучатимуться до світового товариства, сприяючи тим самим інтеграції людства на засадах толерантності та гуманізму [1, с. 15]. У сучасному світі дослідження туризму як соціального та культурного явища становить великий науковий і практичний інтерес, що підкреслює актуальність публікації.

Вивченню комунікативної складової міжнародного туризму, ціннісних орієнтацій у туризмі, його ролі у крос-культурній комунікації присвячені праці таких вітчизняних дослідників, як: В. Воронкова,

О. Ляхович, Я. Любивий, Д. Мусієнко, Е. Слободенюк, С. Соляник, Ю. Столбова та ін. Серед зарубіжних учених дана проблема стала об'єктом наукового пошуку К. Антонюк, Н. Березницької, С. Богданової, М. Бахтін, С. Волкової, С. Гантінгтон, Ю. Дудник, О. Мартиненко, О. Мошняги, В. Рогачової та ін. Займалися аналізом туризму та культури через призму позитивних і негативних сторін цієї взаємодії К. Кац, С. Гуттман, Г. Маршан, Р. Мелкін, М. Робінсон, Д. Уррі. Проте комплексно дану проблему все ще розглянуто недостатньо.

Метою статті є дослідження комунікативних аспектів туризму, його ціннісного впливу на людину та обґрунтування особливостей розвитку міжнародного туризму як шляху формування крос-культурної толерантності.

Відносини між суспільствами, окремими людьми, групами людей базуються, перш за все, на взаємовпливі культурних цінностей, їх взаємодії. Саме культурні цінності виступають генератором впровадження в практику спілкування людей тих чи інших знань, ідей незалежно від сфери туристичного спілкування – побутової, навчальної, бізнесової, політичної тощо.

Культурні цінності – це фундаментальні світоглядні засади життєдіяльності будь-яких людських спільнот та їхні історичні, інституційні форми й обсяги: від великих культур давнини та сучасності, від країн чи регіонів, носіїв цих культур до виокремлених у них осередків, етнічних, соціальних, релігійних груп і середовищ [2]. Саме ціннісні орієнтації виконують складні та різнобічні світоглядні, соціальні та регулятивні функції.

Цінності та ціннісні орієнтації в туризмі – предмет концепції туристської аксіології, до завдань якої

належить відображення в понятійний спосіб ціннісного значення туристських подій та акцій, вибору людиною орієнтацій. Визначення належного та бажаного, того, що заслуговує на позитивну оцінку (благо, добро), набувають для учасника туристських акцій статусу «значення» [3, с. 276]. Туризм вводить людину у світ істинних цінностей, робить їх більш доступними [4, с. 237].

У туризмі виокремлюють два основні типи цінностей, сенс яких визначається наявними вітальними потребами та базовими інтересами людини як біологічної істоти (потреби в русі, відпочинку, фізичній релаксації), і цінності, які надають духовного змісту існуванню людини як соціальної істоти (необхідність самореалізації, самоствердження, творчої діяльності та самовдосконалення, розширення пізнавального горизонту тощо) [4, с. 237].

Ціннісні характеристики міжнародного туризму широко представлені в Монреальській декларації 1996 р. [5], де йдеться про те, що:

- ✦ туризм завжди надає широкі можливості для культурного спілкування, творчі імпульси для розвитку культури, пізнання інших культур через культурний обмін, який пробуджує інтерес до традицій, звичаїв інших народів, що допомагає краще зрозуміти і власну культуру, і самого себе, а долучення безпосередньо до духовних цінностей та ідеалів культури різних цивілізацій сприяє естетичному та моральному розвитку людини, стабілізації її психічного здоров'я, суспільних і соціальних відносин в цілому;
- ✦ у розвитку соціального туризму виявляється гуманітарна спрямованість, відтворюється саме туристичне середовище, що виступає єдиним цілим природи, культури та людини;
- ✦ пізнання культури, спілкування, налагодження подорожуючими особистих контактів сприяє толерантності, повазі до національної своєрідності звичаїв, вихованню в душі культури миру та демократії;
- ✦ розвиток міжнародного туризму сприяє зміцненню національних особливостей, традицій гостинності різних народів, демонстрація культурних традицій своєї країни іноземним туристам допомагає їх більш глибокому розумінню та виховує патріотичні почуття, національну гідність;
- ✦ міжнародний туризм сприяє підвищенню якості життя, доступності для все більшої кількості людей культурних цінностей світового значення.

Американські вчені Р. Макінтош, Ч. Голднер, Б. Рітчі визначили методологічні засади аналізу туризму як соціального і культурного феномену, що охоплює такі підходи, як: інституційний, соціологічний, економічний, історичний, географічний, управлін-

ський, системний і міждисциплінарний, який поєднує в собі антропологічний, правовий та інші методи.

Зміст основних підходів до аналізу туризму як соціального та культурного явища відображено в *табл. 1*.

Важливим для розуміння крос-культурної комунікації є виокремлення певних етапів комунікативного процесу, а саме: комунікація туриста до подорожі, під час і після подорожі (*табл. 2*), де відбувається активізація екзистенційних культур особистості, її світогляду, ціннісних орієнтацій і горизонтів культурного освоєння світу [7].

Особливого філософсько-гуманістичного значення набуває комунікативна культура особистості як основна ланка концепції теоретичної моделі загальнолюдських цінностей. Гуманістично-терапевтичний сенс комунікативної культури визначається її ціннісними нормативами, серед яких: визнання гідності людини (принцип самодостатності особистості) та доброзичливого ставлення до альтернативних, несхожих думок, переконань, способів життя (принцип толерантності) [4]. У сучасному світі, де нараховується близько 4000 культур, не виключене існування ворожості й упередженості. Недарма поняття крос-культурності корелюється з такими поняттями, як: «перетин культур», «зустріч культур», «межа культур», «зіткнення культур», що саме по собі вже кореспондує з уявленням про зустріч відмінних ціннісних систем, яка априорі може містити в собі потенційний конфлікт – відкритий або латентний [10, с. 174]. Ситуація ускладнюється внаслідок впливу сучасних технологій, що сприяє прогресуючій комерціалізації культури, яка деякою мірою втрачає свою автентичність через коригування її складових відповідно до уявлень і потреб туристів.

Формуванню толерантності сприяють знання, відкритість, спілкування та свобода думки, совісті та переконань. Толерантність означає повагу, сприйняття та розуміння розмаїття культур нашого світу, форм самовираження та самовиявлення людської особистості. Це не тільки моральний обов'язок, а й політична та правова потреба. Толерантність – це те, що уможливає досягнення миру, сприяє переходу від культури війни до культури миру; це, передусім, активна позиція, що формується на основі визнання універсальних прав та основних свобод людини. Вона не може бути виправданням посягання на ці основні цінності. Толерантність – це обов'язок сприяти утвердженню прав людини, плюралізму, в тому числі культурного, демократії та правопорядку. Толерантність – це поняття, що означає відмову від догматизму й абсолютизму, утвердження норм, закріплених у міжнародних правових актах у галузі прав людини [11, ст. 1].

У листопаді 1995 р. на 28-й сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО був оголошений Міжнародний день толерантності та прийнято «Декларацію прин-

## Методологічні засади аналізу туризму як соціального та культурного феномену

Підхід до аналізу туризму як соціального і культурного феномену	Зміст підходу
Інституційний підхід	Передбачає вивчення сфери діяльності інститутів, посередників, що потребує дослідження економічного середовища організації бізнесу
Соціологічний підхід	Вивчення індивідуальної та групової поведінки туристів і впливу суспільства на туризм
Економічний підхід	Полягає у формуванні туристичного попиту та пропозиції, вивченні впливу туризму на платіжний баланс, економічний розвиток країн
Історичний підхід	Охоплює аналіз діяльності туристичних суб'єктів в історичному аспекті та вплив інновацій на їхній розвиток
Географічний підхід	Полягає у вивченні місцевості, туристичної зони, ландшафту, клімату, здійсненні аналізу рекреаційної географії з огляду на тісний взаємозв'язок туризму та рекреації
Системний підхід	Інтегрує інші підходи в єдиний комплексний підхід, за допомогою якого можна досліджувати діяльність суб'єктів туристичного бізнесу в конкурентному середовищі та їхні взаємовідносини з іншими системами, а саме: політичною, правовою, економічною, соціальною
Управлінський підхід	Орієнтований на такі види управлінської взаємодії, які необхідні для функціонування туристичної діяльності окремих суб'єктів, а саме на: планування, контроль, ціноутворення, рекламу тощо, процедури яких повинні забезпечити реалізацію механізму з урахуванням змін у туристичній галузі
Міждисциплінарний підхід	Зумовлений тим, що туризм охоплює практично всі сторони життя суспільства, тому для аналізу слід використовувати і антропологічний підхід, необхідний для вивчення ролі людини в системі інститутів туристичної діяльності, і психологічний підхід, що використовується для аналізу психологічних факторів, і правовий підхід, необхідний для аналізу законодавчої бази, та інші підходи

Джерело: складено за [6].

Таблиця 2

## Етапи комунікаційного процесу в міжнародному туризмі

Етап комунікаційного процесу	Характеристика етапу комунікаційного процесу
Комунікація до подорожі	Комунікація туриста у власному найближчому соціальному оточенні (сім'я, друзі) з приводу своєї майбутньої мандрівки, що сприяє формуванню в туриста відповідного настрою, позитивних диспозицій на налагодження діалогу до зустрічі з представниками інших культур
Комунікація під час подорожі	Комунікація з навколишнім природним і соціокультурним середовищем (представники різних народів, культур) під час туристичної подорожі, де відбувається знайомство, порівняння, прийняття або ж заперечення середовища перебування, що може мати місце внаслідок впливу на туриста таких чинників, як: комунікативні (мова, стиль спілкування, невербальна поведінка), психологічні (ідентифікація, сприйняття, емпатія, рефлексія), культурні (цінності, норми, базові подання)
Комунікація після подорожі	Комунікація туриста у власному первинному соціальному середовищі після повернення додому, що є певним підсумком комунікації з іншим культурним світом, результатом трансформацій у свідомості та навіть ціннісних орієнтацій туриста, що спонукає до переосмислення власних життєвих стереотипів, наповнення їх іншим змістом, зміни свідомості людини, активізації її здатності сприймати нове

Джерело: складено за [7–10].

ципів толерантності». У 1996 р. Генеральна Асамблея ООН запропонувала державам-членам щорічно 16 листопада відзначати Міжнародний день толерантності, приурочивши до нього відповідні заходи.

Ідеї толерантності набувають все більшого значення в сучасному світі, в умовах глобалізації економіки, розвитку комунікацій, зростання мобільності, інтеграції та взаємозалежності, урбанізації та перетво-

рення соціальних культур, розширення міграційних потоків, масового переміщення населення, зокрема з метою подорожей і туризму. Базові принципи, що лежать в основі міжнародного туризму, а саме: повага до моральних цінностей народів, визнання самобутності культур, право людини на повагу до її гідності та індивідуальності, виступають фундаментом для налагодження «діалогу» культур під час безпосереднього спілкування туристів з населенням країн відвідування.

У найбільш значущих документах у сфері міжнародного туризму, прийнятих за участю Всесвітньої туристської організації (ВТО, з 2003 р. – ЮНВТО), підкреслюється необхідність толерантних форм спілкування туристів з населенням країн перебування та, навпаки, населення країн з туристами, які там знаходяться.

Зокрема, Манільською декларацією зі світового туризму 1980 р. туризм визнано як діяльність, що відіграє важливу роль у житті народів, як позитивний фактор, що сприяє взаємному пізнанню та розумінню, є основою для досягнення більш високого рівня поваги і довіри між усіма народами світу. У Декларації зазначено також, що обов'язок суспільства – надавати своїм громадянам реальні, ефективні та недискримінаційні можливості доступу до туризму, а міжнародне співробітництво у цій сфері повинно здійснюватися на основі поваги індивідуальних особливостей народів та інтересів держав [1, с. 17].

У документі Акапулько зазначено, що еволюція туризму тісно пов'язана із соціальним, економічним і культурним розвитком кожної країни, що туризм повинен сприяти духу справедливості, гармонії та поваги між народами і пізнанню світу [12].

Хартією туризму передбачено, що місцеве населення в містах транзиту та тимчасового перебування має право на вільний доступ до своїх власних туристичних ресурсів, забезпечуючи своїм ставленням і поведінкою дбайливе ставлення до навколишнього природного та культурного середовища. Важливими є розуміння та повага туристів до звичаїв, релігії та інших сторін культури населення країн перебування. У цілях сприяння такому розумінню та дбайливому ставленню необхідно сприяти розповсюдженню відповідної інформації про традиції, культурні цінності, які повинні бути збережені [13, ст. 6].

Гаазькою декларацією Міжпарламентської конференції з туризму визначено, що культурне та людське середовище є важливою умовою розвитку туризму. Раціональне управління туризмом може здійснити значний внесок у розвиток культурної спадщини, а також у підвищення рівня життя людей. З урахуванням цього взаємозв'язку слід вживати ефективних заходів для інформування туристів, які подорожують, щодо поваги до людей, збереження культурного середовища в місцях, які вони відвідують; стимулювати розвиток альтернативних форм туризму, які сприя-

ють більш тісному контакту та взаєморозумінню між туристами і населенням приймаючої країни, зберігають культурну самобутність і пропонують різноманітні й оригінальні туристичні продукти та об'єкти [14].

У Глобальному етичному кодексі туриста зазначено, що розуміння та розповсюдження загальнолюдських етичних цінностей у дусі терпимості та поваги різнобічності релігійних, філософських і ціннісних переконань є одночасно основою та наслідком відповідального туризму; учасники туристичного процесу і самі туристи повинні брати до уваги соціально-культурні традиції та звичаї всіх народів, включаючи національні меншини та корінні народи й визнавати їх гідність. Приймаюча сторона повинна проявляти повагу до туристів, які відвідують країну, формуючи уяву про їхній стиль життя, смаки та очікування; освіта і професійна підготовка працівників сектора сприяє гостинному прийому [15, ст. 1]. Коли туризм практикується з духовною розкутістю, він стає унікальним фактором самоосвіти, терпимості й пізнання законних відмінностей між народами і культурами [15, ст. 2].

У посиленні культурних зв'язків між народами, взаємозбагаченні культур внаслідок туристичного обміну, збереженні та примноженні історико-культурної спадщини, запобіганні конфліктів на культурно-релігійному підґрунті, дотриманні принципів толерантності вагомий внесок здійснюють міжнародні туристські організації, серед яких особлива роль відведена:

- ✦ Міжнародній асоціації наукових експертів у галузі туризму (АІЕСТ), метою створення якої є підтримка наукової діяльності як індивідуальних, так і асоційованих членів, туристичних наукових установ і центрів з підготовки туристичних кадрів;
- ✦ Міжнародній федерації журналістів і письменників з туризму (FIGET), створеній у 1954 р. з метою пропагування гуманістичних принципів міжнародного туризму, налагодження дружніх ділових контактів між журналістами і письменниками, а також захисту їхніх професійних інтересів;
- ✦ Міжнародній академії туризму (АІТ), що була створена у 1951 р. з метою пропаганди та захисту культурних цінностей туризму шляхом збереження та розвитку його традицій на засадах гуманізму.

## ВИСНОВКИ

В умовах викликів глобалізації економіки, зростаючої мобільності, масштабних міграцій, швидкого розвитку комунікацій, інтеграції та взаємозалежності, урбанізації та перетворення соціальних культур принципи толерантності набувають усе більшого значення. Кожен регіон світу представлений багатьма культурами, тому ескалація нетерпимості та, як

наслідок, конфліктів, потенційно загрожує всім куточкам світу, адже така загроза носить глобальний характер. Саме міжнародний туризм стає чинником розвитку та розширення каналів крос-культурної комунікації, яка через соціальну взаємодію на груповому та індивідуальному рівнях виступає потужним інструментом встановлення діалогу між культурами.

Вважаємо, що найбільш адаптивними для застосування в практиці налагодження міжкультурних комунікацій у міжнародному туризмі є такі методи:

- ✦ впровадження адекватної системи акультурації, що передбачає певні типи комунікаційних зв'язків (інтеграцію, асиміляцію, поділ і маргіналізацію на рівнях емоцій, дій і пізнання), метою якої має стати не нав'язування та підтримка культурних цінностей країни перебування, а пошук, виявлення та аналіз критеріїв для побудови шляху подальшої ефективної взаємодії з іншими культурами;
- ✦ створення таких умов приймаючою стороною, які б сприяли підвищенню рівня задоволеності туристів шляхом налагодження постійного обміну інформацією, підтримки зворотного зв'язку, поширення серед відвідувачів інформації щодо перспектив розвитку об'єктів туристичної інфраструктури країни-перебування тощо. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Міжнародний туризм : навч. посіб. / Укладачі В. С. Великочий, О. І. Дутчак, В. В. Шикеринець. Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г. М., 2015. 254 с.
2. Енциклопедія сучасної України. URL: <http://esu.com.ua/>
3. Тезаурус філософії туризму. Філософські нариси туризму : наук.-навч. вид. Київ : Український центр духовної культури, 2005. 328 с.
4. Соляник С. Ф. Цінності та ціннісні орієнтації в туристичній діяльності. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія «Філософські науки»*. 2008. Вип. 5. С. 237–249.
5. Жарков Г. М. Нормативно-правове забезпечення міжнародного туризму : навч.-практ. посіб. Київ : Кондор, 2004. 486 с.
6. Туризмолія: концептуальні засади теорії туризму: монографія / Пазенок С., Кручек О., Дьорова Т. та ін. Київ : Академія, 2013. 368 с.
7. Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03. Одеса, 2003. 19 с.
8. Соколова М. В. Туризм как феномен культуры: морфологический аспект. *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2014. № 4. С. 10–19. DOI: 10.12737/6571
9. Новицкая А. В. Формирование межкультурной компетенции в различных видах межкультурных контактов. *Сборник научных трудов Северо-Кавказского государственного технического университета*. 2008. Вып. 6. С. 211–221.

10. Красовський С. О. Природа і основні етапи крос-культурної комунікації у міжнародному туризмі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. № 3. С. 171–175. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2018.147374>
11. Декларація принципів толерантності, затверджена резолюцією 5.61 Генеральної конференції ЮНЕСКО від 16 листопада 1995 року. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_503#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_503#Text)
12. Документ Акапулько за результатами обговорення дій з поступового досягнення цілей, зазначених у Манільській декларації про світовий туризм, затверджений Всесвітньою конференцією з туризму, Акапулько (Мексика), 21–27 серпня 1982 р. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901813697>
13. Хартія туризму. Документ 995\_640 від 01.01.1985 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_640#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_640#Text)
14. Гаазька декларація Міжпарламентської конференції по туризму. Документ 995\_904 від 14.04.1989 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_904#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_904#Text)
15. Глобальний етичний кодекс туризму. Документ 983\_001 від 01.10.1999 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001#Text)

## REFERENCES

- “Dokument Akapulko za rezultatamy obhovorennia dii z postupovoho dosiahnennia tsilei, zaznachenikh u Manilskii deklaratsii pro svitoviy turyzm, zatverdzhenyi Vsesvitnyoiu konferentsiieiu z turyzmu, Akapulko (Meksyka), 21-27 serpnia 1982 roku” [The Acapulco Document, Based on a Discussion of Actions to Gradually Achieve the Goals Set out in the Manila Declaration on World Tourism, Was Approved by the World Tourism Conference, Acapulco (Mexico), on August 21-27, 1982]. <http://docs.cntd.ru/document/901813697>
- “Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy” [Encyclopedia of Modern Ukraine]. <http://esu.com.ua/>
- Krasovskiy, S. O. “Pryroda i osnovni etapy kros-kulturnoi komunikatsii u mizhnarodnomu turyzmi” [Nature and main Stages of Cross-Cultural Communication in International Tourism]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, no. 3 (2018): 171-175. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2018.147374>
- [Legal Act of Ukraine] (1985). [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_640#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_640#Text)
- [Legal Act of Ukraine] (1989). [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_904#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_904#Text)
- [Legal Act of Ukraine] (1995). [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_503#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_503#Text)
- [Legal Act of Ukraine] (1999). [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001#Text)
- Mizhnarodnyi turyzm* [International Tourism]. Ivano-Frankivsk: Vydavets Kushnir H. M., 2015.
- Novitskaya, A. V. “Formirovaniye mezhkulturnoy kompetentsii v razlichnykh vidakh mezhkulturnykh kontaktov” [Formation of Intercultural Competence in Various Types of Intercultural Contacts]. *Sbornik nauchnykh trudov Severo-Kavkazskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, no. 6 (2008): 211-221.
- Pazenok, S. et al. *Turyzmolohiia: kontseptualni zasady teorii turyzmu* [Tourismology: Conceptual Foundations of the Theory of Tourism]. Kyiv: Akademiia, 2013.

- Slobodeniuk, E. V. "Turyzm yak chynnyk humanizatsii vidnosyn mizh narodamy" [Tourism as a Factor in the Humanization of Relations between Peoples]: *avtoref. dys. ... kand. filosof. nauk : 09.00.03*, 2003.
- Sokolova, M. V. "Turizm kak fenomen kultury: morfologicheskii aspekt" [Tourism as a Cultural Phenomenon: Morphological Aspect]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma*, no. 4 (2014): 10-19.  
DOI: 10.12737/6571
- Solianyuk, S. F. "Tsinnosti ta tsinnisni orientatsii v turystychnii diialnosti" [Values and Value Orientations in Tourism]. *Naukovi zapysky Kyivskoho universytetu turizmu, ekonomiky i prava. Seriia «Filosofski nauky»*, no. 5 (2008): 237-249.
- Tezaurus filosofii turizmu. Filosofski narysy turizmu* [Thesaurus of Tourism Philosophy. Philosophical Essays on Tourism]. Kyiv: Ukrainnyi tsentr dukhovnoi kultury, 2005.
- Zharkov, H. M. *Normatyvno-pravove zabezpechennia mizhnarodnoho turizmu* [Regulatory and Legal Support of International Tourism]. Kyiv: Kondor, 2004.