**Тема 9. Психологія та педагогіка туризму.**

(продовження теми)

1. Психологія і етика туризму

2. Педагогіка туризму

**1. Психологія і етика туризму**

Незважаючи на різноманітність елементів сучасної психології, існує багато цілей та методів, що об’єднують цю дисципліну. Більшість психологів звертають увагу на поведінку та досвід людей, намагаючись описати і за можливістю пояснити характер поведінки та переживань, що спостерігаються. У методології залишається ще широке поле для експериментальних та емпіричних методів вивчення. Крім того, нова техніка тлумачення й аналізу (наприклад, герменевтичний, інтерпретаційний підходи та метод соціального зображення) має малу нішу на методологічному ринку сучасної психології.

Перші вчені, що назвали себе психологами, цікавилися приїжджими та їхньою поведінкою. На початку XX ст. Френсис Гальтон, видатний британський психолог, антрополог, географ, вивчав відвідувачів музеїв для того, щоби відстежити людську поведінку та реакції. Наприкінці XIX ст. у Німеччині з’явилася праця В. Вундта з народної психології, що розглядала природу груп, стосунки між культурами на напрямами культур.

Подорожі на далекі відстані створюють певний фізичний стрес для людського організму. Наприклад, під час міжнародних перельотів можна перетнути кілька часових поясів, що порушує денний ритм. Джеймс Різон (1974 р.) повідомляє, що період повної адаптації до зміни часу після трансатлантичного перельоту може зайняти 21 день. Цикл сна та не-сна може також порушуватися під час подорожей з півночі на південь, де із плином наближення до полюсів у літні місяці світловий день збільшується. Оскільки людський організм звикає поступово до збільшення світлового дня, виробництво гормону метадоніну (так званий літній гормон) зростає, тому стрес та втома скоріше за все супроводжуватимуть такі поїздки.

Іншою областю, де фізичний вплив подорожі могло б мати якусь психологічну цінність, може бути хвороба внаслідок харчового отруєння. Таке вивчення має важливий психологічний підтекст, особливо в межах турботи про настрій та задоволення потреб туристів. Наприклад, на двох австралійських курортних островах проблеми зі здоров’ям склали більшу частину скарг туристів та стали проблемою для керівництва.

Ще серйозніший вплив на здоров’я людей справляють хвороби, що передаються статевим шляхом. Показово, що на початку 1980-х рр. деякі путівники для туристів ігнорували взаємозв’язок між нерозбірливістю туриста та станом його здоров’я. Наприклад, Хатт (1982 р.) присвятив три сторінки можливим сексуальним пригодам туриста, навіть не згадавши про їхні ймовірні наслідки.

Наступним питанням, що пов’язаний із поведінкою туриста й фокусується на людському організмі та фізіології, є ЕРГОНОМІКА.

Ергономіка (гр.ergon робота + nomos закон) – наукова дисциплина, яка вивчає трудові процеси з метою створення оптимальних умов праці, що сприяє збільшенню його продуктивності, а також забезпечує необхідні зручності та зберігає сили, здоров’я та працездатність людини. Можливе й інше визначення.

Ергономіка – галузь науки, що вивчає людину (чи групу людей) та її (їхню) діяльність в умовах виробництва з метою вдосконалення знарядь, умов та процесу праці. Основний об’єкт дослідження ергономіки – система «людинамашина», зокрема і так звані ерготичні системи; метод дослідження – системний підхід.

Це може біти пов’язано із дизайном машин, меблів і простору, необхідних для людського організму. Наприклад, висота інформаційного табло в національному природному парку є об’єктом уваги ергономіки. Надто часто ігноруються фізичні потреби дітей при проектуванні металевих конструкцій у туристських центрів, а також створенні спеціальних сходів, меблів та обладнання, які можуть знадобитися для тієї чи іншої групи туристів. Людям із обмеженими фізичними можливостями також необхідно застосування цього принципу ергономіки в дизайні рамп, тротуарів, дверей, місць для відпочинку та загального користування. У спортивному туризмі велика увага приділяється ергономічності туристського та альпіністського спорядження, тобто коли конструкція спорядження чи інвентарю, що пропонуються туристові, відповідають його фізичним та психологічним можливостям.

При створенні турмаршруту вимагається добре знання психології поведінки людей на маршруті. Менеджер мусить проаналізувати весь попередній досвід, що дозволить йому більш якісно обслуговувати маршрут.

Активна область психологічного пізнання зі специфічним відношенням до туризму зачіпає аналіз «карт» і картографічну інформацію. Дезорієнтований відвідувач збитий з пантелику, занепокоєний і ймовірніше за все використає карту в таких туристських місцях, як музей чи картинна галерея, і в нього вже не залишиться сил на розгляд експонатів, картин. Дезорієнтація відвідувача музею (якщо він, звісно, не користується послугами екскурсовода) часто призводить до того, що він не бачить експонат, який хотів би побачити, і марнує час у тих куточках музею, які для нього менш цікаві.

Карта зручна для читання, якщо вона містить невелику кількість пізнавальних сходинок (це не стосується топографічних карт, де чим більше інформації, тим вони цінніші) для користувача. Пізнавальна сходинка може визначатися як психічне перенесення інформації з мови карти на реальність (зображення у двох чи трьох вимірах; схеми трас, позначені різними кольорами; варіації шрифтів тексту та зображення у формі символів).

Карти дуже розрізняються за читабельністю та стилем. Найзручніші для читання кольорові плани, проте чорно-білі плани можуть однаково добре передавати розмір і основні об’єкти в саду. Нахилені зображення («птиче око») дають чіткіший план, ніж плоскі схеми.

Як ще один приклад потенційної сили психології пізнання виступає концепція, звернена до області поведінки туристів «уважність-неуважність». Як приклад застосування уваги в туристських районах можна розглядати відповіді відвідувача полів битв та історичних меморіалів. Дуже часто в цих місцях оперують фактами (наприклад, кількість використаної зброї, розташування військових частин та їхні найменування), проте більш емоційний підхід (емоційне залучення) справить більший вплив на туристів. Але при цьому емоції не повинні підміняти інформацію

Цей рівень підходу до психологічних досліджень передбачає встановлення відмінності між людьми (особистісні особливості, вправність та можливості). Існують два принципових підходи до застосування цього рівня психологічного аналізу до вивчення туризму. Перший складає серія досліджень, що мають на меті встановити зв’язки всередині однієї особистості, тобто визначити здатності, і пов’язати отримані дані з участю в розважальнотуристській діяльності. Це дослідження зазвичай підкорено вивченню вільного часу та розваг. Другий підхід – конструювання мотиваційних і психографічних зображень для вивчення ринку. Більшість робіт з так званих мотиваційних досліджень у туризмі фактично не має назв. Назвемо це оцінкою відношень до «Х». Мотиви й мотиваційні дослідження краще уявляти собі у зв’язку із тривалими факторами, що визначають поведінку, яке імовірніше за все може бути застосовано до ситуацій, із якими стикається людина. Таким чином, людина з високим рівнем спорідненої чи соціальної мотивації скоріше за все шукатиме компанію інших людей, віддасть перевагу груповим турам і матиме цікавість до щільно заселених міст.

В межах соціальної психології різні рівні аналізу традиційно розрізнялися. Це стосується міжособистісних, групових та міжгрупових процесів соціальної поведінки. У літературі з туризму з’являються концепції соціальної психології (такі, як ставлення та стереотип), більша частина яких формується на базі соціальної психології, проте заслуговують на увагу дослідження, які більше базуються на теоретичних та методологічних досягненнях допоміжних дисциплін.

Суспільне сприйняття та суспільне пізнання – це фундаментальні блоки, що створюють соціально-психологічні процеси на шляхах, якими черпаються та організуються знання про соціальний світ. У впорядкуванні знань про соціальний світ неминучим є процес категоризації (класифікації), проте за певних обставин він може прийняти негативну форму стереотипу. У дослідженнях із туризму особлива увага приділяється етнічним стереотипам. Г. Брувер (1984 р.) розмежовує загальні та індивідуальні стереотипи, що існують у жителів стосовно туристів. Вони використовуються, відповідно, для того щоби пояснити жителям поведінку туристів чи зорієнтувати їх у роботі з туристами. Особливі характеристики взаємодії між хазяями та гостями ведуть до спроб скоріше «підігнати» під стереотипи, анід розширити людські перспективи.

Той самий позитивний стереотип є примусовим, якщо етнічна група приведена за вимогами туристів до інтерналізації як «справжньому» етнічному визначенню.

У цьому випадку досліджуються процеси, що відбуваються не всередині одного індивідуума, а між двома й більше індивідуумами. Один із прикладів цього – соціальний обмін між учасниками. Інші області цього рівня соціальної психології вивчають альтруїзм та допомогу, змагання та агресію. Спостерігається різний ступінь товариськості культур, розпорошених у просторі та часі. Багато з туристських центрів можуть розглядатися як такі, що змагаються за ресурси між гостем та господарем із можливістю подальшої агресії з боку того, хто обороняється.

Соціальна група – це колектив, що психологічно залучає індивідуума, на якого він може справити інформаційний чи нормативний соціальний вплив. Групи можуть класифікуватися за ступенем забезпечення соціально-емоційною винагородженням їхніх членів і за спробами досягти групових цілей. Структури спілкування, лідерство та групові рішення – фактори, що сприяють функціонуванню групи. Процес формування групи зачіпається фахівцями, так само, як і рівність членів групи та її завдання.

Вплив на людську поведінку в туризмі багато в чому може справлятися головними (первинними) чи другорядними (вторинними) групами. У багатьох випадках груповий рівень аналізу буде придатним для вивчення взаємин між гостями та господарями (це біль специфічно, ніж приклади міжгрупових взаємин).

Особливий інтерес до групового рівня аналізу привертає культурний шок.

Відомо, що у той час, коли у низки груп виникають труднощі при переході від однієї культури до іншої (наприклад, мігранти, тимчасові працівники, студенти), туристи являють собою відмінну від них групу з культурного шоку. Туристи, особливо мандрівники в групах, можуть бути особливо схильні до наклеювання ярликів усередині групи та поза нею, що може стати причиною бідного спілкування, нетовариськості і навіть відкритої ворожості. Проблеми культурного шоку виникають частіше за все при великій технологічній витонченості та благополуччі груп, що контактують, а соціальна поведінка туристів порушує правила місцевої культури та викликає занепокоєння.

Соціальне оточення на будь-якому рівні існує у часі та просторі. Натовп викликав інтерес у психологів, що вивчають оточення, насамперед тому, що він асоціюється зі зростанням урбанізації і як з результатом цієї урбанізації – можливим стресом для самого довкілля, особливо якщо туристам необхідно усамітнитися чи «зникнути».

Без вивчення та розуміння мотивації бажань клієнта неможливо правильно побудувати тур і запропонувати його на ринку споживача, а головне – задовольнити бажання клієнта, забезпечивши йому суто позитивну гаму туристських вражень та емоцій. Необхідно достеменне вивчення моделей поведінки людини у різних ситуаціях, мотивації прийняття рішень, вибору уподобань у видах відпочинку, головних та супутніх цілях її діяльності в цей період, напряму подорожі, вибору партнерів і турфірми, а також компаньйонів власне подорожі. Мотиви здійснення подорожі залежать від віку, рівня інтелекту, платоспроможності (наявності фінансових коштів), приналежності до тієї чи іншої верстви чи кола суспільства та багатьох інших факторів. Мотиви стати туристом: розширення кругозору та пізнання невідомого, у цілях відпочинку та дозвілля, для розваги, з релігійних мотивів, з метою лікування, відвідини родичів та багато інших, наприклад разом із кимось. Зміни в мотиваціях під час вибору подорожі тягнуть за собою дуже негативні наслідки для турфірми, що пропонує турпродукт на ринку споживача. Прояв неуваги до настроїв, моди, загальної політично-економічної ситуації та багатьох інших факторів, що істотним чином впливають на мотиваційний вихід, тягне за собою втрату клієнтів та економічні утруднення в організації успішної турдіяльності.

Крім вищезазначеного на успіх роботи турфірми великий вплив справляє ЕТИКА ТУРИЗМУ.

Етика (лат. еthica гр. еthos – звичай, характер) – 1) вчення про мораль як одну з форм суспільної свідомості, її сутність, закони її історичного розвитку та роль у суспільному житті; 2) система норм моральної поведінки людини, якогось класу, суспільної чи професійної групи.

Етика – філософська наука, об’єктом вивчення якої є мораль (Словник з етики).

Етимологія терміну «етика», тобто його походження та родинні зв’язки з іншими словами йде у глибоку давнину. Слово «етика» виникло від давньогрецького «ethos», що у різні часи мало різні значення. Спочатку воно означало місцезнаходження, спільне житло, потім – звичай, темперамент, характер, стиль мислення, а також усталену природу якогось явища. Пізніше видатний мислитель античності Аристотель (384-322 рр. до н. е.), взявши за основу значення «етос» як характер, темперамент, створив прикметник «ethicos» – «етичний» для позначення особливої групи людських чеснот – мудрості, мужності, помірності, справедливості тощо, відрізняючи їх від благодіяльностей розуму. Науку про етичні чесноти (особисті якості), переваги характеру людини Аристотель назвав «ethice» (етика).

Етика являє собою один із напрямів філософського знання, предметом якої є мораль, її походження та сутність, а також визначає те, як повинна людина поводитись у конкретних соціальних ситуаціях. Вчинки людини чи те, що слід їй робити, визначає нормативна етика. А мораль постає як один із способів нормативної регуляції поведінки та вчинків людей у суспільстві, як одна зі специфічних форм суспільної свідомості та моральних стосунків.

Центральною проблемою етики виступає співвідношення добра і зла як основних критеріїв морального і аморального. Виступаючи як нормативнооцінювальна категорія моральної свідомості, добро та зло характеризують, з одного боку, належне, морально-позитивне – благо, чесноту, а з іншого – морально негативне, засуджуване в мотивах і вчинках людей.

У моральній оцінці – ухваленні чи осудженні – застосовуються протилежні поняття добра та зла, справедливого й несправедливого, чесного та безчесного, достойного та недостойного тощо. Об’єктами цієї оцінки стають вчинки чи діяльність у цілому конкретних людей, а підставою для оцінки стають норми моралі, вимоги яких виявляється можливим співвіднести з реальними вчинками й поведінкою людини в цілому, що дозволяє визначити ступінь відповідності між належним й існуючим у кожному конкретному випадку. Як тут не згадати слова великого грецького філософа Сократа (469- 399 рр. до н. е.): від людини, яка не знає, що таке добро, не чекай чесноти.

Своєрідність етики як науки проявляється в її специфічних особливостях, які полягають у тому, що обґрунтування цілей діяльності базується на ідеї про належне, добро та зло, переконання та ідеали, моральні принципи та норми поведінки. Ця специфіка, по-перше, відтворює специфіку моралі, її роль та значення в житті суспільства та кожної окремої людини, у механізмі морального регулювання життєдіяльності людей. По-друге, наука етика розглядає структуру моральної свідомості особистості та суспільства, визначає сутність та зміст таких її категорій, як добро та зло, обов’язок та відповідальність, достоїнство та честь, справедливість та воля тощо. По-третє, специфіка етики полягає у визнанні її як філософської науки, яка, проте, відрізняється від останньої тим, що вивчає не загальні проблеми буття та ставлення людини до себе й світу, а лише моральні принципи та норми взаємин людини з людиною, з колективом та суспільством у цілому.

Отже, мораль як предмет етики виявляє себе у двох основних формах. По-перше, вона виступає як критерій, що дозволяє характеризувати особистість через систему норм і принципів, визначати її дійсні моральні якості та чесноти. По-друге, вона вимагає дотримання певних норм і моральних принципів у взаєминах між людьми (не бреши, не кради, не вбивай і т. д. ).

В історії філософії ідею вищого блага як моральної категорії обґрунтував Іммануїл Кант (1724-1804 рр.). Під доброю волею він розумів спрямованість розуму на вище благо. Добра воля у Канта чиста, вона не пов’язана із міркуваннями вигоди і задоволення, вона безкорислива і з цієї причини не має ціни. Показником доброї волі є такі вчинки, які не надають людині якоїсь вигоди, а подекуди здійснюються з ризиком для власного життя та статку. І. Кант сформулював моральний закон, що має вищий і безумовний характер, і назвав його категоричним імперативом: «Вчиняй так, аби максима твого вчинку могла бути принципом загального законодавства».

У теперішній час моральний закон чи категоричний імператив І. Канта розуміється так:

- людина має діяти таким чином, аби її вчинки були взірцем для всіх;

- людина повинна ставитися до іншої людини лише як до мети, а не як до засобу.

Сформульований І. Кантом моральний закон отримав пізніше назву «золоте правило моралі», зберігши при цьому свій вміст.

**2. Педагогіка туризму.**

Педагогіка (гр. paidagogike – буквально перекладається як «дітоводіння) – наука про виховання та навчання покоління, що зростає, або наука про закономірності виховання, освіти та навчання поколінь, що зростають, та дорослих людей. У давньому світі педагогом (буквально «дітоводієм») називався дядька-раб, що супроводжував сина свого господаря, охороняв його та ніс за ним його учбове приладдя. Педагогіка протягом кількох сторіч розвивалася як наука про виховання, освіту та навчання дітей і молоді. Частиною педагогіки стала автогогіка – наука про закономірності самовиховання.

У структурі педагогіки туризму видне місце повинні посідати методологічні засади (принципи) педагогіки туризму, методологічні засади туристського виховання, методологія туристської освіти та навчання, методологія туристської освіти. При цьому необхідно враховувати досвід видатних вітчизняних педагогів, таких, як К. Д. Ушинський (1824-1871 рр.), А. С. Макаренко (1888-1939 рр.), В. О. Сухомлинський (1918-1970 рр.) і психолога Л. С. Вигодського (1895-1934 рр.).

Методологічні принципи педагогіки туризму вимагають розробки й обґрунтування основних елементів: мети, завдань, основних категорій. Дослідження методологічних основ туристського виховання, освіти й навчання вимагають теоретичного обґрунтування та практичної реалізації таких напрямів, як: гуманізація й гуманізація педагогічного процесу; підготовка й професійний ріст викладачів; участь висококваліфікованих фахівців у підготовці персоналу для туризму; розробка й удосконалення вмісту туристської освіти; фінансове забезпечення системи підготовки працівників для галузі.

Педагогіка туризму – наука, що вивчає процеси виховання, навчання та розвитку особистості в контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму. Кожна наука має свій предмет і об’єкт дослідження і є синтезом знань про реальні явища, які вона вивчає.

Предмет педагогіки туризму – особлива сфера суспільної свідомості у вихованні (складовими частинами якого є освіта та навчання) людини під час перебування її в оздоровчих, пізнавальних чи професійно-ділових цілях на іншій території і виховання професіонала для туризму. Педагогіка туризму досліджує виховання як свідомий та планомірний процес підготовки особистості до життєтворчості в інокультурі, розкриває сутність, закономірності, тенденції та перспективи цієї підготовки, вивчає принципи й правила, які регулюють виховну діяльність.

Педагогіка туризму ґрунтується на загальній педагогіці, теорії виховання покоління, що зростає. Безумовно, ще й те, що людина, у якому б віці вона не була, коли здійснює подорож, стає туристом. Під час подорожі відбувається формування духовних і фізичних якостей.

Педагогіка туризму вивчає процеси виховання, освіти й навчання лише у властивих (притаманних) їй межах, розглядає в цих процесах лише аспекти, педагогічно спрямовані на туризм. Педагогіка туризму досліджує, на яких загальнопедагогічних принципах, засадах галузевої педагогіки, завдяки яким засобам виховної роботи треба будувати виховний процес, освіту та навчання туристів різних вікових груп, підготовку кадрів в освітніх закладах туристського напряму.

Методологічні функції педагогіки туризму:

- ВИХОВНА – формування відчуття колективізму, моральних і етичних цінностей, розвиток уміння діалогічного взаєморозуміння;

- ОСВІТНЯ – отримання, поповнення та закріплення знань з історії, культурології, рекреалогії, природознавства тощо;

- ОЗДОРОВЧА – дотримання оптимального режиму фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та суспільної гігієни, розвиток адаптаційних можливостей.

Засоби туризму – один із основних аспектів аксеологічного організованого простору, основна функція якого – впливати на розвиток особистості для розширення доступності соціокультурної сфери та об’єктів природного та культурного досягнення. У цьому контексті необхідно зосередитися на мультиплікативній (такій, що примножує, посилює, підвищує) ролі туризму в розширенні організованого аксіопростору (ціннісного простору). Саме туристські засоби як частина соціальної інфраструктури водночас створюють нові організаційні можливості для доступності всіх елементів ціннісного простору. Вони включають в соціальний обіг клуби, спортивні комплекси, будинки творчості, природні та культурні досягнення. Тому можна казати про розвиток соціальної мультиплікативної функції педагогіки туризму.

Спеціальні функції педагогіки туризму: рекреаційна, адаптаційна, аксіологічна.

Аксіологія (гр. ахіа – цінність + логія) – філософська дисципліна, що займається дослідженням цінностей як змістоутворюючих підстав людського буття, що задають спрямованість та вмотивованість людському життю, діяльності та конкретним діянням і вчинкам.

Спеціальними дослідженнями доведено провідну рекреаційну роль туризму. Саме в туризмі, як в жодній іншій діяльності, передбачається активна діяльність, яка дозволяє не тільки відносити, а й розвинути життєві сили людини – фізичні, інтелектуальні й емоціональні. Розвиток рекреаційних функцій педагогіки – найважливіше завдання, яке повинна вирішити педагогіка туризму. Останніми роками учені фіксують зниження рівня адаптації людини до зміни природного й соціального середовища, а в деяких випадках і повний розрив (втрату) адаптаційних здатностей. За цих умов важно переоцінити адаптивну роль туризму, який пропонує ефективні механізми й засоби фізичної, психологічної та інтелектуальної адаптації людини. У цьому полягає адаптаційна функція педагогіки туризму.

Важливим аспектом виховних можливостей педагогіки туризму є аксіологічна функція педагогіки туризму. Атрактивність (привабливість, інтерес) здатна не лише оновити людину, а й заволодіти її інтересом. З цієї позиції можливості туризму та екскурсій стосовно педагогіки не тільки не вичерпані, а й не досліджені.

Основні категорії, які повинні освоїти вчені й практики педагогіки туризму, – це:

1) категорія виховання – провідна в розробці методологічних принципів, розкриває сенс туристської діяльності, професіональної підготовки фахівців для туризму, звертає увагу теоретиків і практиків на виховні моделі у туризму. Оперуючи поняттям «виховання», дослідник бере до уваги багатофакторний процес, який залежить від низки об’єктивних і суб’єктивних факторів. Якщо об’єктивним фактором є соціально-історичні особливості, культурні традиції країни, система освіти, то до суб’єктивних факторів відносять особисті якості організаторів виховного процесу, рівень їхньої педагогічної майстерності, психологічні особливості та ціннісні орієнтації учасників виховного процесу;

2) категорія буття привертає увагу дослідників туризму до об’єктивної реальності, до характеру, специфіки, насиченості, продуктивності та конструктивності існування людини як носія своїх фізичних, психологічних і соціальних сил, тобто акцентує увагу дослідженні проблеми «буття в іншому світі». У контексті зазначеної категорії особливого значення набувають поняття, види та форми туризму як свідчення різних мір наповнення та мір припустимої складності «буття в туризмі» різних особистостей. Важливу роль у вихованні особистості в туризмі відіграє поняття «привабливість туристського продукту», яке засвідчує вірогідність часткової, далеко від оптимальної міри реалізації мотиваційних детермінант (визначень) особистості;

3) категорія «свідомість» у вихованні в туризмі фіксує значення особистості в безпосередньому засвоєнні чи дійсності, здатності людини звітувати собі про своє ставлення до іншого світу, людей, власного «я». Особистість у туризмі повинна відповідати за замислене та здійснене, визначати цілі своєї діяльності;

4) категорія «діяльність» актуалізує проблему творчої активності, здатності особистості взаємодіяти з інокультурою, цілеспрямовано впливати на неї, задовольняючи свої біологічні та соціальні потреби. Важливу роль у педагогіці туризму відіграє культуротворча діяльність особистості. Визнання пріоритету культуротворчих форм діяльності для різних вікових груп орієнтує дослідників туризму на розробку різноманітних соціальних туристських програм;

5) категорія «цінність» посідає в розробці теоретико-практичних принципів педагогіки туризму одне з провідних місць, оскільки моральноціннісний простір розвитку особистості засобами туризму визначений глобальним етичним кодексом туризму, міжнародними правовими актами з туризму. Це означає, що теоретики й практики мають більше, ніж традиційно, приділяти увагу проблемі особистісного вибору, переваг, ціннісних орієнтацій, сприятливого чи несприятливого відношення туриста до системи «природа – культура – інша людина»;

6) категорії «мета» і «результат» у розрізі педагогіки туризму актуалізують необхідність узгодження, чого прагнуть організатори туризму, що вони розглядають як критерій оцінки кінцевого результату. Мета – особистість, що гармонійно і різнобічно розвивається. здатна ціннісно ставитися до природи, культури, оточуючих людей, виявляти активну по формі та моральну за змістом позицію в інокультурі; результат – особистісне ставлення особистості, система ціннісного ставлення до світу. Базуючись на узагальненнях психолого-педагогічної науки, необхідно обґрунтувати зазначені категорії в розділі педагогіки туризму. Важливо, щоби зміст педагогіки туризму не пов’язувався лише із соціалізацією різних вікових груп засобами туризму, а містився у виховання та навчанні конкретної особистості з її індивідуальними особливостями.

Педагогіка туризму пов’язана з багатьма науками: філософією, естетикою, педагогікою, психологією, анатомією та фізіологією людини, економічними науками, етнологією тощо. Філософські науки допомагають педагогіці туризму визначити основні напрями людського буття і мислення, забезпечують оперативною інформацією про зміни в науці та суспільстві, визначають методологічні засоби. Психологія вивчає закономірності розвитку психології людини, потреби та інтереси особистості, а педагогіка дозволяє сформувати принципи, форми й методи навчання та виховання, ефективність виховного впливу, що обумовлюють зміни у внутрішньому світі і поведінці особистості. Анатомія й фізіологія є основою для розуміння біологічної сутності людини, можливостей організму та його витривалості, оптимальної кількості навантаження на організм людини. Економічна науки дають можливість простежити вплив закономірностей розвитку туристської інфраструктури. Етнологія вказує на національні особливості людей як представників різних етнічних груп.