

Одним з прикладів може бути використання технологій, зокрема технології розпізнавання мови та зображень. За допомогою цих технологій гості з порушенням слуху можуть читати або бачити екскурсійний матеріал. Наприклад, під час екскурсії можуть бути надані різні інтерактивні зони, де гості можуть сканувати QR-коди та переглядати інформацію на екранах смартфонів чи планшетів.

Надання послуг інтерпретації для жестових мов та зіставлення їх з мовою озвучення може допомогти гостям з порушенням слуху зрозуміти діалоги та розмови під час екскурсії.

Деякі компанії навіть пропонують спеціально підготовлені екскурсії для людей з порушеннями слуху, що дозволяє їм досліджувати та відкривати нові місця без будь-яких обмежень.

Наприклад, Національний парк “Yellowstone” у США пропонує спеціальні екскурсії зі знайомством з природною парку, де використовуються жести мови та різні технології, щоб забезпечити повноцінний досвід екскурсії. Аналогічний продукт можна побачити у Стокгольмському музеї транспорту в Швеції, Національному музеї Іспанії, “Museo del Prado” та ін.

Крім того, є окремі агенції та туроператори, які спеціалізуються на цій цільовій аудиторії. “City Caching” організовує екскурсії для глухих людей по містах світу з використанням технології геокешингу. Гості отримують GPS-навігатори та інструкції, які допомагають їм знайти приховані скарби та досліджувати нові місця.

Туроператор “Walk With Path” пропонує екскурсії для глухих людей у Лондоні. Причому компанія не лише розробляє групові та індивідуальні екскурсії з гідями, які володіють жестовою мовою, але й надає спеціальні підлоги покриття для допомоги в орієнтуванні гостей з порушеннями руху.

Таких прикладів можна наводити багато також і для України. Водночас, попри позитивні зрушення, мова може йти лише про окремі спорадичні екскурсії та події. Необхідним є глибоке дослідження теми та системна робота з адаптації екскурсійного матеріалу по всій Україні до потреб екскурсантів з порушеннями слуху.

Р. Нургалієв

СОЦІАЛЬНІ ФУНКЦІЇ ТУРИЗМУ

R. Nurhaliiev

SOCIAL FUNCTIONS OF TOURISM

Починаючи з XIX ст. поняття «подорож» затверджується в суспільній свідомості. У цей період розвиток подорожей зумовлено характерними культурними обмінами між континентами, що призвело до зростання інтенсивності праці, зростання рівня життя тощо.

Підвищення попиту подорожі сприяло появі в XIX ст. туристичних бюро, зростання кількості готелів, підприємств комунального харчування. Водночас протягом XIX ст. подорожі мали елітарний характер, тобто були доступними лише представникам заможних кіл.

Ситуація починає змінюватись на початку XX ст., чому сприяв розвиток транспорту, економічних, соціальних і культурних зв'язків. Соціальним перетворенням у суспільстві сприяла також поява трудових відпусток. У цей час

стають популярними поняття «туризм» та «соціальний туризм», які призначені для незаможних верств населення. Тобто туризм починає ставати масовим явищем.

Інтенсивний розвиток туризму призвів до необхідності аналізу його соціокультурних наслідків. З одного боку, туризм розвивається завдяки факту глобальності у світі, що відбувся. Це дозволяє здійснювати переміщення людей з одного місця до іншого. З іншого боку, туризм може викликати інтерес лише завдяки своїй особливості та неповторності. Тобто туризм сприяє мирному співіснуванню народів світу, діалогу різних типів культур. Систематичне вивчення туризму є предметом осмислення як економістів і географів, так і соціологів, істориків, культурологів. Водночас туризм розглядають як одну з культурних соціальних функцій.

Соціальні функції інституту туризму різноманітні. До них належать розвиток місцевої інфраструктури, збільшення надходжень до державного та місцевого бюджетів, збільшення надходження валюти в країну тощо. Серед функцій туризму, які мають соціально-культурний характер, виокремлюють: виховну, освітню, оздоровчу, спортивну функції. До цих функцій належить й екологічна функція, що пов'язана зі збереженням та раціональним використанням природних ресурсів.

Поруч із переліченими функціями виокремлюється ще одна — функція соціального освоєння простору людьми, що подорожують. Цю функцію туризму ретельно вивчають географи, що досліджують туризм як процес соціокультурного явища. На цьому етапі з'являється чітке розрізнення туристичної діяльності. Вона набуває масового характеру, що стає важливим чинником освоєння простору. Для туристів стає цікавою як власна культура, так і культура іншого народу. Туризм починає виконувати нові соціокультурні функції: інтегративно-комунікативну; функцію трансляції культури; структуроутворюючу, пов'язану зі структуруванням вільного часу; культуроохоронну; ігрову функцію тощо.

У багатьох сучасних суспільствах туризм є не лише сектором економіки, що забезпечує високі прибутки та валютні надходження. Він дозволяє вирішувати проблему зайнятості, розвитку територій, збереження надбань культури, виховання тощо.

Узагальнюючи вищесказане, зазначимо, що соціальні функції туризму різноманітні. Зокрема, на розвиток туризму певною мірою впливає розвиток економіки, політики, культури тощо. У відповідь на глобалізаційні процеси виник інтерес до національної культури в багатьох країнах. Можливий варіант, коли національна культура розвиватиметься з огляду на світові процеси, не змінюючи власної основи.

Цей процес вже набирає обертів. На думку вчених, у різних куточках планети необхідно зберігати місцеву культуру та «культурний дух» для зміцнення загальносвітових цінностей. Становлення соціальних функцій туризму полягає в тому, що туризм — це багатогранне й багатоаспектне явище, що виявляється у різних сферах життя. Специфіка змісту соціальних функцій сприяють своєрідності інтеграції туризму до структури відносин тієї чи іншої суспільної підсистеми.