Третьим элементом модели Н. Лейпера является туристическая индустрия, которая представляет собой совокупность различных предприятий и организаций, которые предоставляют туристам все необходимые им услуги (в частности, гостиничное обслуживание, сфера общественного питания, развлекательно-зрелищная сфера, спортивно-оздоровительный сервис, экскурсионное обслуживание и организации иного назначения) [4, с. 4].

Анализируя модель туризма Н. Лейпера можно отметить, что она демонстрирует взаимодействие всех элементов туристического бизнеса: потребителей и продавцов, спроса и предложения на туристические продукты. Географические закономерности территориальной организации рекреационной деятельности рассматриваются в рамках рекреационной географии. Рекреационная география и география туризма имеют схожий объект исследования – рекреационное пространство. Однако предметы познания этих двух похожих дисциплин отличаются. Предмет исследования рекреационной географии определен как территориальная организация рекреационной деятельности населения. В географии туризма предметом исследования являются пространственные закономерности развития территориальных систем организации туристической деятельности людей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Украины О туризме [Электронный ресурс] / Ведомости Верховной Рады Украины, 1995, N 31, ст. 241; С изменениями, внесенными согласно Законам N 1276-VI (1276 -17) от 16.04.2009, ВВР, 2009, N 38, ст. 535; N 2468-VI (2468 - 17) от 08.07.2010, ВВР, 2010, N 49, ст. 567 ; N 2608-VI (2608-17) от 19.10.2010, ВВР, 2011, N 11, ст. 69 ; N 3679-VI (3679-17 < / a>) от 08.07.2011, ВВР, 2012, N 14, ст. 89 ; N 4385-VI (4385-17) от 09.02.2012, ВВР, 2012, N 40, ст. 477 ; N 5316-VI (5316-17) от 02.10.2012} [Режим доступа] : http://uazakon.ru/zakon/zakon-o-turizme.html

2. Карпова, Г. А. Экономика современного туризма / Г. А. Карпова. – СПб. : ИТД «Герда», 2008. – 412 с.

3. Leiper N. The framework for tourism: Towards definitions of tourism, tourists and the tourism Industry // Annals of Tourism Research, 1979. – № 6. – P. 390–407.

4. Герасименко, В. Г. Развитие теории системного похода применительно к исследованию сферы туризма / В. Г. Герасименко // Вестник национальной академии туризма, 2013. – № 2 (26). – С. 11–15.

Садовніков О. К., канд. філос. наук, доц.,
Бабаєв Е. Г., студент, ф-т менеджменту,
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна

ПАТРІОТИЗМ ЯК ФАКТОР ВІДРОДЖЕННЯ

Поняття «патріотизм» останнім часом використовується дуже часто. Але ж його значення найчастіше сприймається на суб'єктивному рівні та не має впевненого визначення, що робить саме поняття та його втілення в суспільне життя нечітким та хитким. Взагалі патріотизм як любов до батьківщини

розгортається на ментальному рівні, і це не тільки любов до землі, до території, з якою пов'язана людина, а взаємозв'язок з народом, його культурою та історією. Патріотизм стає часткою людського існування не за фактом народження, не як природній інстинкт території, а виховується та здобувається в суспільному житті людини. Розглядаючи патріотизм як суспільне явище та поняття, слід розуміти, що патріотизм розгортається та рефлексується на декількох рівнях як співвідношення загального, особливого та одиничного. Цілком зрозуміло, що суспільство взагалі складається з окремих соціальних груп та окремих людей, а це вказує на те, що й патріотизм може сприйматися та розумітися як загальне суспільне, набуває відтінків в соціальних групах та може мати суб'єктивні додатки на індивідуальному рівні.

Суспільне сприйняття патріотизму залежить від діючої в суспільстві ідеології, що створює метанарратив патріотизму, якщо ж суспільство не має єдиної ідеології, що більш притаманно сучасному суспільству, то вже на загальному рівні діють наративи патріотизму. Різні соціальні групи спираються на обране наративне сприйняття та розуміння патріотизму, та й ще додають власного забарвлення, прояви цього можемо бачити при політичних зіткненнях та соціальних протиріччях, що відстоюють власні патріотичні настрої. Знаходячись в соціальному середовища, окрема людина не може залишитися пообіч соціальних процесів та не підпадати під вплив ідеологій, політичних диспутів та культури, але ж вибір серед розмаїття поглядів робить людина, спираючись на власні переконання, знання та досвід. А тому розуміння патріотизму стає індивідуальною справою, сама людина вкладає в це поняття, що для неї є батьківщина, як укладати стосунки та які дії робити.

Виховання патріотизму починається з дитинства. Сім'я, близьке оточення, система дошкільного виховання закладають основи патріотизму. Дитина сприймає патріотизм на чуттєвому рівні як данину, хоч при цьому й копіює моделі поведінки та відносини, прагнучи бути схожою на дорослих. Це є дуже важливим кроком, але ж далі у дитини формується критичне мислення, вона прагне до власних дій, які ґрунтуються на розумінні. Тільки зовнішні прояви вже не будуть формувати патріотизм. Почуття патріотизму невідмінно буде потребувати посилення, підтвердження, розуміння, тільки так почуття патріотизму стане часткою буття людини, тільки після цього патріотизм набере сенсу, стане аксіологічним здобутком, регулятором поведінки людини.

У сучасній Україні патріотизм стає не просто словом, а тим фактором, який може сприяти консолідації нації, та спрямовувати суспільні зусилля на подолання сучасних негараздів. Зараз патріотизм визначається не словом, яке дуже легко використовувати, а здійснюється та розуміється через вчинки людей. Сучасне суспільство вже втомилося від популізму та потребує результативних дій. Враховуючи, що реалією сучасності стає швидкість часу, швидкість втілення різноманітних новацій, суспільство спрямоване на швидке досягнення результатів, очікування стає нетривалим, а небачення результатів стає негативом та створює соціальну напругу.

Україна, яка перебуває у стані гібридної війни, економічній кризі,

проходить шляхом реформування багатьох сфер життя, занурилася у складні політичні маніпуляції, зіткнулася з численними труднощами європейської інтеграції, зростаючими міграційними переміщеннями, не встигає, а іноді і не в змозі вирішувати усі нагальні потреби. Наростання проблем та їх невирішеність формують почуття страху перед майбутнім, нерозуміння шляхів подолання дестабілізації, посилюючи це ганебне відчуття. А відомо, що налякане суспільство втрачає здатність до аналізу ситуації та дій, що керуються розумом.

Для подолання кризових явищ Україна має спиратися на раціональність, на розуміння того, що тільки власними зусиллями можливо досягти успіху, від дій кожного залежить загальний успіх. Для цього слід бажати навести лад не десь и колись, а там, де ти є. «Патріотичні настрої можуть протистояти відчуттю страху, відштовхуючись від розуміння, що єдине, чого нам слід боятися, – це сам страх, безрозсудний, безликий, невиправданий жах, який паралізує необхідні зусилля по перетворенню відступу в наступ ... наш народ вимагає дій – і дій негайних», – ці слова Франкліна Рузвельта прозвучали у 1933 році, коли він проголосив програму рішучих заходів по боротьбі з Великою депресією.

Танцуров Д. В., студент ф-т арх.,
наук. кер. – **Яровицька Н. А.**, канд. філос. наук., доц.
*Харківський національний університет
будівництва та архітектури, Україна*

КОМІКС ЯК ПРОДУКТ СУЧАСНОЇ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

Актуальністю теми є те, що комікси є одним із яскравіших представників сучасної масової культури. В сучасній Україні і Росії жанр коміксу посідає певне місце в середовищі художньої культури, також активно розвивається «авторський комікс».

Метою статті є дослідження актуальності явища комікс-культури та її взаємодію с мистецтвом, людьми та історією.

Масова культура – культура, пристосована до смаків широких мас людей, технічно тиражується у вигляді безлічі копій і поширюється за допомогою сучасних комунікативних технологій. Поява та розвиток масової культури пов’язані з бурхливим розвитком засобів масової комунікації, здатних виявляти потужний вплив на аудиторію.

Комікс – невелика, наповнена ілюстраціями книжка легкого, зазвичай пригодницького змісту, а також серія малюнків із відповідними підписами. Однак, це не найточніше визначення. Автор книги з яскравою і характерною назвою «Нація коміксів» Бредфорт Райт підкреслює, що прийнята характеристика comic book є помилковою, оскільки ці видання не гумористичні, вони охоплюють всі жанри, та й зовсім не є книгами.

Хоча комікс має європейське коріння, але саме в США цей жанр досяг небувалої популярності й у багатьох випадках фактично замінив собою твори