

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОСТРАНСТВ

Демьяненко А.Н.,

д.г.н., профессор, г. Хабаровск

Тотонова Е.Е.,

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Амосова, г Якутск

Аннотация. Авторы предприняли попытку систематизировать методологические подходы к исследованию туристических пространств и определить место и роль географии туризма в туристических исследованиях, с одной стороны, и в системе географических наук – с другой.

Ключевые слова: *туристическое пространство, туристические исследования, география туризма*

METHODOLOGICAL ISSUES IN RESEARCHING TOURIST SPACES

Demyanenko A.N.

Professor, Khabarovsk

Totonova E.E.

North-Eastern Federal University M.K. Amosova (Yakutsk)

Annotation. The authors attempted to systematize methodological approaches to the study of tourism spaces and determine the place and role of tourism geography in tourism research, on the one hand, and in the system of geographical sciences, on the other.

Keywords: *tourism space, tourism studies, tourism geography*

Введение. Начнем с того, что всем хорошо известно: туризм – это крайне сложный социальный феномен, а, следовательно, его исследование предполагает междисциплинарный синтез. Но, реальная ситуация такова, что говорить о том, что существует каноническая теория туризма или сложился общепризнанный методологический подход к его исследованию, - не приходится. Сетования на страницах научных журналов и монографий, а также в докладах на многочисленных конференциях, относительно недостаточного уровня концептуализации в туристических исследованиях, в том числе и в рамках географии, не прекращаются уже не одно десятилетие [16, 24, 33, 35].

Авторы данного текста¹, вовсе не ставили целью решить все проблемы и расставить все по своим местам, задача которую мы ставили перед собой много скромнее попытаться ответить на вопрос: каковы основные тренды в области теории и методологии в современной отечественной географии туризма.

Материалы и методы. Естественно, что поиск ответа на этот вопрос предполагает, что отечественная география туризма, будучи субдисциплиной отечественной социально-экономической географии (СЭГ), не могла развиваться, с одной стороны, не испытывая влияний со стороны других географических дисциплин, включая и физическую географию; с другой стороны – география туризма в том числе и отечественная на протяжении своей истории находилась и находится во взаимодействии с «туристическими исследованиями».

¹ Данный текст – продолжение нашего доклада на конференции 2023 г. [4].

И сразу же следует отметить, что о проблемах концептуализации туристических исследований в целом, и географии туризма, по большей части говорят наши зарубежные коллеги, в нашем отечестве преобладает мнение, что с концептуализацией все в порядке.

Относительно взглядов отечественных географов – ниже, а сейчас следует сказать, что в зарубежных публикациях не всё сводится к сетованиям на недостаточный уровень концептуализации. Многочисленные «Companion» и «Handbook», опубликованные только в последние полтора-два десятилетия², а также еще более многочисленные публикации (включая монографические), авторы которых Р. Батлер [17,18], Ж.Каз [19], Р. Кнафу и Команда МИТ [27, 28], А.А. Лью, Б. МакКерчнер [42], Д. Мюллер [45, 46], Г. Ричардс [48], Я. Сааринен [51], С. Уильямс [57, 58], К.М. Холл [37, 38] и др. несомненно внесли вклад в решении проблемы концептуализации не только туристических исследований как таковых, но и географии туризма.

Итак, чтобы понять в каком направлении эволюционирует теория и методология географии туризма, необходимо, учитывая многочисленность и многообразие публикаций, попытаться сформулировать некие принципы отбора, ибо невозможно объять необъятное. Первый критерий, которым мы воспользовались - статус авторов, равно как статус издательств и журналов; второй критерий – представительство по принадлежности к той или иной «школе мысли» и/или национальной школе. Можно, сказать и так: первый критерий отвечает за качество, а второй – за разнообразие.

Начнем с журналов, здесь следует выделить, во-первых, высоко рейтинговые географические журналы такие как *Progress in Human Geography*, которые публикуют в том числе статьи и обзоры по географии туризма; журналы, ориентированные на публикацию результатов туристических исследований «*Annals of Tourism Research*», «*Tourism Management*», «*Mondes du Tourisme*» в том числе и результаты географических исследований туризма; отдельного упоминания заслуживают такие журналы как *Environment and Planning* и *Espaces et Sociétés*, в которых наряду с публикациями, посвященными общим проблемам взаимоотношения общества и различных пространств, можно встретить и статьи, имеющие отношение к туризму и географии туризма. Наконец, это – специализированные журналы, такие как «*Tourism Geographies*», «*Geographies of Tourism*»³.

В России ситуация очень похожая: есть высокорейтинговые географические журналы «*Известия РАН. Серия географическая*», «*Вестник МГУ. Серия география*», в которых время от времени появляются статьи посвященные теории и методологии географии туризма; есть «отраслевые» журналы, публикующие результаты туристических исследований, но в них доминируют сугубо эмпирические исследования в области экономики, менеджмента и маркетинга туристической отрасли, а, если в этих журналах и появляются географические штудии, то это преимущественно case-study. Последнее, о чем следует упомянуть, это – «*География и туризм*», - журнал, который позиционирует себя как специализированный журнал⁴.

² Упомянем только некоторые из них: [22, 25, 27, 39, 41, 50, 58].

³ Приведенный нами перечень журналов вовсе не является исчерпывающим, упомянутые журналы не более, чем типичные примеры.

⁴ Показательно, что, если у журнала «*Известия РАН. Серия географическая*» IF 1.287, а значения Хирша авторов – 12.3, то для журнала «*География и туризм*», соответственно 0.213 и 5.6. Эти цифры вряд ли требуют развернутого комментария. Кстати, они неплохо согласуются со следующими высказываниями зарубежных коллег: «Несмотря на неоднократные призывы серьезно относиться к туризму (...), география туризма по-прежнему занимает лимитированное положение в этой дисциплине: никто не оспаривает ее включение в географические исследования, но многие рассматривают туризм как нечто не более, чем второстепенную специализацию или погоню за легкомыслием или забавой» [33,р.418] или «Из разных частей мира сообщают, что туристические

Относительно книжных публикаций, то здесь ситуация примерно такова, как и в случае с журнальными публикациями: есть крайне небольшой круг монографий, посвященных проблемам теории и методологии географии туризма [8,36,56], обычно же это либо раздел в монографиях, либо раздел (или отдельная статья) в том или ином «Companion» и «Handbook» [7,11,12,14,17, 19, 26, 38,42,47,49,57]. В качестве отечественного варианта «Companion» можно привести тематические выпуски Вопросы географии [13], а из более ранних [2].

Что же касается второго критерия, то это было обеспечено (насколько это было возможно) посредством формирования совокупности публикаций, авторы которых принадлежат к тем или иным школам мысли (научным направлениям), имеющим непосредственное отношение к вопросам теории и методологии географии туризма, в Европе (Великобритания, Франция, Скандинавские страны, в первую очередь), Северной Америке (Канада и США) и, конечно, России⁵. Географические журналы (The Canadian Geographer, Geographia Polonica, Bulletin de l'association de géographes français и т.п.), издаваемые в этих странах с известной долей условности, в той или иной мере отражают национальный контекст.

Результаты и их обсуждение. По нашему мнению, особого внимания заслуживает проблема концептуализации туристических исследований как таковых, так и интересующих нас в первую очередь географических исследованиях туризма как такового и пространственных проявлений этого социального феномена. Все остальные (или как минимум большинство) методологических проблем географии туризма, - терминологическая сумятица, маргинальное положение субдисциплины в системе географических наук и в рамках туристических исследований и т.п., - следствие невысокого уровня концептуализации географии туризма.

Причины такого положения дел неоднократно обсуждались в научной литературе [32,36,56,57], поэтому остановимся на них в предельно краткой форме.

Факт первый – туристические исследования, как таковые, и география туризма, в том числе – явления относительно недавние, в сравнении с устоявшимися академическими дисциплинами. Хотя турист и туризм появились в научной литературе, как минимум, с конца XIX в., однако только после Второй мировой войны, когда туризм приобретает массовый характер, он становится объектом систематических исследований в рамках целого ряда субдисциплин: экономика туризма, менеджмент и маркетинг в сфере гостеприимства и туризма, социология туризма и рекреации и т.д., в этом же ряду и география туризма. В конечном счете в 1950-1960-е годы происходит становление своеобразной области научных исследований с крайне неопределенными границами, получившей название – туристические исследования (tourism studies).

Факт второй – становление этой области научных исследований шло путем выделения субдисциплин таких как, экономика туризма, маркетинг-менеджмент в сфере туризма и гостеприимства, география туризма и рекреации и т.п., каждая из которых опиралась в своих исследовательских практиках на теоретические основания, сложившиеся к тому времени в «материнских» дисциплинах, то есть в экономической теории, менеджменте, географии и т.д.⁶. То есть изначально сложилось понимание, что туризм – объект междисциплинарных

журналы не входят в число наиболее уважаемых журналов в различных рейтинговых системах, что делает практически невозможным достижение «высокого качества» в публикациях» [46,р.354].

⁵ Конечно, в современных условиях, когда необычайно высок уровень мобильности исследователей, нередко возникают сложности отнесения того или иного исследователя к той или иной национальной научной школе. Тем не менее, влияние национального контекста на формирование научных школ остается определяющим.

⁶ Здесь уместно привести мнение, которое авторы полностью разделяют: «Возможно, одна из причин концептуальной неразберихи является множественность дисциплинарных и парадигматических подходов, которые используются при исследовании феномена туризма» [38, р.7].

исследований⁷. А характерная черта теоретических концепций в упомянутых (и в неупомянутых тоже) дисциплинах – маргинальное положение сферы услуг и в том числе туризма как объекта исследований. Причина достаточно проста: по тем временам производство услуг (за исключением услуг производственного назначения), а тем более их потребление представляли собой объект не совсем достойный для академического сообщества, так как в этой сфере была занята неквалифицированная рабочая сила, да к тому же занятость носила сезонный характер, соответственно и технологии были далеко не самые передовые, а в конечном счете, сфера услуг ни коим образом не рассматривалась как драйвер экономического роста ни на национальном, ни на региональном уровне [27]. Ситуация стала меняться с конца 1970-х годов и начиная с 1980-х, когда благодаря ряду причин (совершенствование транспорта, увеличение продолжительности оплачиваемых отпусков, рост доходов населения, прежде всего в экономически развитых странах и т.д.) индустрия туризма стала одним из драйверов не только отдельных регионов, но и мировой экономики в целом.

Факт номер три – в настоящее время туризм стал не только значимым видом экономической деятельности (индустрия туризма), но и стал социальным феноменом, своего рода маркером современного общества. Так, по мнению одних авторов: «Туризм – это продукт современности и уникальный микрокосм всего постмодернистского опыта» [47, р.280], более того «Если люди не путешествуют, то они теряют статус: путешествие стало маркером статуса» [54, р.6]. Иными словами, туризм это уже не одна из отраслей сферы обслуживания, ставшая локомотивом экономического роста, это уже нечто большее – социальный феномен своего рода маркер современного общества. Поэтому вовсе не случайно, что он привлекает все большее внимание со стороны исследователей из самых различных научных дисциплин и в том числе географических наук⁸.

Наконец, последнее по счету, но не по значимости – туризм, с какой бы позиции мы его не рассматривали, представляет собой сложную систему, находящуюся в состоянии постоянных изменений, что находит отражение как в появлении все новых и новых видов туризма, так и все новых и новых туристических районов (дестинаций). А, следовательно, появления все новых и переформатированию старых проблем, таких как *over tourism*, взаимоотношения между туристами и местным населением, сохранение идентичности местных сообществ, рационального использования туристического потенциала природных и городских ландшафтов и т.д. и т.п.⁹.

Теперь, когда мы по необходимости кратко рассмотрели причины недостаточной концептуализации туристических исследований в целом, и географических, в том числе, мы посчитали целесообразным по необходимости кратко остановиться на состоянии теории и методологии исследования социальных пространств и их взаимоотношениях с пространствами природными. Сразу же отметим, что этот сюжет в той или иной мере с тех или иных методологических позиций освещен в работах целого ряда социологов и философов, среди которых А. Лефевр, М. Фуко, П. Бурдьё, А. Гидденс, Н. Флигстин, Д. Макадам, а также таких географов как Т. Хегерstrand, Д. Харви, Э. Соджа, Д.Мэсси, А.

⁷ Но при этом следует иметь ввиду, что «О принятии междисциплинарного подхода легче сказать, чем сделать...» [56, р.7].

⁸ Более того, по мнению ряда исследователей география туризма обладает интеграционным потенциалом не только в рамках системы географических дисциплин, но и всей совокупности туристических исследований [1, 34]. Так, по мнению А. Джилла: «География, с ее акцентом на взаимодействие людей и мест, должна лежать в основе изучения туризма» [34, р.185]. Встречаются и еще более радикальные суждения, так А.И. Зырянов считает, что «Без географии туризм невозможен» [7, с.9].

⁹ Подробно о современных проблемах туристических исследований в целом, и географических, в частности, см. [1, 8, 13, 24, 32, 36, 38, 48, 49, 51].

Эскадафаль¹⁰. К сожалению, в тексте доклада по понятным причинам нет возможности сколько-нибудь подробно рассмотреть те или иные положения упомянутых выше авторов, поэтому мы ограничимся своего рода summary¹¹.

Итак, социальное пространство не физическое (или иначе, природное) пространство, но оно стремится реализоваться в нем (насколько полно и точно, это – другой вопрос). Для целей нашего исследования этот тезис крайне важен уже по той причине, что мы рассматриваем туризм как социальный феномен¹². То есть мы вправе предположить, что туристическое пространство имеет, как минимум, двух компонентную – социально-природную структуру. При этом, именно природная компонента, задает исходное разнообразие туристического пространства.

Далее, туристическое пространство будучи гибридным пространством конституируется ансамблем подпространств или, иначе, полей (природное, социальное, экономическое, политическое и др.), которые обязаны своей структурой социальным акторам, взаимодействующими не только друг с другом, но и окружающей их средой. При этом следует иметь в виду, что в любой момент времени туристическое пространство находится в процессе изменений, что не может не сказаться на конфигурации границ образующих его пространственных систем (насколько эти системы сформировались, это – решается в каждом конкретном случае эмпирическим путем).

Следовательно, туризм, его структуру, пространственную организацию и динамику можно понять, а, поэтому, и регулировать эту сложную пространственную систему возможно только в контексте социальных процессов и структур, сложившихся в пределах того или иного региона. При этом следует иметь в виду, что туристическое пространство – это не только поле, в котором те или иные акторы (туристы, туристические фирмы, местные сообщества, институты государственной власти и местного самоуправления) не только конкурируют друг с другом за туристические ресурсы и инвестиции, но и сотрудничают.

Если же обратиться к работам отечественных географов, то придется признать, что вслед за А.И. Зыряновым: «В поле зрения географов сейчас, как и много лет назад, находятся туристско-рекреационные ресурсы и ресурсный потенциал региона, рекреационная емкость территории, физико-географические и ландшафтные предпосылки развития туризма; не ослабевают интерес к вопросам рекреационного и туристского районирования, функционального зонирования ООПТ для туристских целей» [8, с.35]. При этом как и много лет назад, когда речь заходит о теоретических основаниях географии туризма, следует, как правило, отсылка на работы В.С. Преображенского и его коллег по Институту географии АН СССР 1970-х годов [14 и др.], в которых был предложен конструкт территориальной рекреационной системы (ТРС). При всех достоинствах этого методологического конструкта следует иметь в виду «в качестве основного сектора исследования, а понятие туризма при этом заняло подчиненное положение» [7, с.7], с чем был не согласен Ю.К. Ефремов не без основания полагая, что в публикациях сотрудников Института географии мы имеем дело с «односторонним преувеличением «отдыхательных» сторон туризма» [6, с.14]¹³.

¹⁰ В контексте заявленной темы, особого упоминания заслуживает работа А. Эскадафаль, в которой сформулированы три основные системы отсчета анализа пространства в географии: 1) пространство определения местоположения - это набор координат ...2) пространство в том виде, в каком оно воспринимается, переживается или представлено в масштабе отдельных лиц ... 3) агрегация отдельных пространств и их взаимосвязь с пространством повседневной жизни.

¹¹ Отчасти этот сюжет был нами освещен в [3,5]. См. также [1].

¹² То есть здесь мы разделяем позицию, которой придерживается большая часть исследователей разных академических специальностей [1,4-6, *]. В отечественной географии туризма мы наблюдаем большую склонность к рассмотрению туризма как отрасли. См., например, [7-11, 14].

¹³ Удивительно, но – факт, что практически незамеченной прошла работа Ю.К. Ефремова [6], в которой было сформулировано немало интересных и продуктивных идей, среди которых, в

Дальнейшие искания в области методологии отечественной географии туризма были направлены: а) на развитие концепта ТРС с «выходом» на концепцию территориальных туристско-рекреационных систем [10,11]; б) на вовлечение в географический анализ новых тем [1] и подходов, в частности, адаптационная модель рекреационной системы (?) Н.С. Мироненко и Э.М. Эльдарова [13]; в) на разработку подходов, которые бы позволили обеспечить передачу географических знаний в сферу, как сферу государственного управления, так и корпоративного менеджмента [7,8].

Выводы. Туризм все более становится (хотя в разных местах по-разному) неотъемлемой частью жизни общества, а, следовательно, «туризм больше не является чем-то, что происходит вдали от мира повседневной жизни» [31, р.2]. И уже по этой причине географы должны изучать не только туризм как таковой, сконцентрировать свое внимание на исследовании роли туризма как фактора и результата изменений в обществе и прежде всего в его пространственной организации.

Но, тогда адекватная концептуализация туризма явно предполагает, что необходим междисциплинарный подход к его исследованию и поэтому «вряд ли туристские исследования могут опираться на единственную доминирующую парадигму или дисциплину» [38, с.14].

Более того, в условиях турбулентных сред далеко не всегда работают традиционные методы анализа, поэтому имеет место осознание, что «... туристические пространства нельзя понять друг друга, используя только рациональные факторы: наличие природных ресурсов, наличие исторического наследия ... или работая только с потоками между передающими и принимающими местами. Необходимо учитывать всех участников: туристов, организаторов путешествий, производителей развлекательных мероприятий, местное население или даже государственные органы и анализировать их ожидания, ценности и поведение» [44].

Однако, есть еще одно обстоятельство, которое следует учитывать при концептуализации географии туризма – сетевая природа современного общества, которая предполагает все более широкое распространение самостоятельных форм туризма [4,48]. И это обстоятельство вновь ставит вопрос о смене аналитического инструментария, который бы позволил выявить множество «социальных групп, проживающих в различных местах и развивающихся под действием психографических режимов и исторических условий, кто испытывает, интерпретирует и артикулирует ценности и значения их дестинации различными способами» [49, р.6].

Но следует иметь ввиду, что процессы самоорганизации имеют место не только в туризме – они проявляются и в организации туристического пространства, которое всегда двух порядков: эволюционного и проектного [52]. Поэтому, всякое желание порегулировать туризм и туристическое пространство должно учитывать, что, а) далеко не все можно отрегулировать и б) «Туристические места не являются уникальными, ограниченными и фиксированными «островами», на которые воздействуют внешние силы, производящие воздействия. Они возникают через отношения. Места плавают в мобильных,

частности, признание за туризмом права быть самостоятельным объектом географического исследования, который к тому же обладает сложной внутренней структурой. Показательно, что Ю.К. Ефремов не ограничиваясь констатацией, что «Географы, изучая туризм, постоянно имеют дело с пространственной неравномерностью сложного комплекса явлений», формулирует фактически основные задачи географии туризма: «Неравномерны в своем распространении и неоднородны контингенты путешествующего населения, неравномерно размещение ресурсов туризма, неоднородны и разнообразны формы активности отдыхающих и путешествующих, различающиеся по своей направленности (туризм спортивный, познавательный и т.п.), по характеру передвижения (пешеходный, водный, автомобильный и т.п.), по сезонности пользования, а главное, многообразны пристрастия, разнородны критерии цели и оценок» [6,с.10-11].

транснациональных сетях людей, технологий, объектов, рисков и изображений, которые постоянно соединяют и разъединяют их с другими местами» [54, с.64].

Литература

1. Веденин Ю. А., Голубчиков Ю.Н., Тишков А.А. Туристическая география как исследовательское направление в системе географических наук // Известия РАН. Серия географическая, 2017, № 4. С. 128–140.
2. География и туризм / Вопросы географии. Сб. 93. М.: Мысль, 1973. 223 с.
3. Демьяненко А. Н. Постмодерн, пространственный поворот и отечественная социально-экономическая география // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2022. № 1. С. 19–34.
4. Демьяненко А.Н., Тотонова Е.Е. О некоторых дискуссионных вопросах теории и методологии географии северного туризма / Геосистемы Северо-Восточной Азии: природные, природно-ресурсные и социально-экономические структуры. Владивосток, 2023. С. 388-397.
5. Демьяненко А.Н., Клиценко М.В., Тотонова Е.Е. и др. Туристические исследования: российский кейс // Известия Восточного института. 2022. № 1. С. 11–26.
6. Ефремов Ю.К. География и туризм / География и туризм. Вопросы географии 93. М.: Мысль, 1973. С. 6-20.
7. Зырянов А.И. Теория и методология рекреационной географии. Пермь, ПГНИУ, 2021. 368с.
8. Зырянов А. И. География туризма: от теории к практике. Пермь, ПГНИУ 2018. 416 с.
9. Кибальчич О.А. Туризм как отрасль хозяйства экономических районов СССР / География и туризм. Вопросы географии 93. М.: Мысль, 1973. С.40-43.
10. Мажар Л.Ю. Теоретические основы формирования межрегиональных туристских проектов / Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. М.: АНО «Диалог культур», 2019. С.8-15.
11. Мажар Л.Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы: теория и практика формирования / Вопросы географии. Сб. 139: Теория и практика туризма. М.: Издательский дом «Кодекс», 2014. С.62-79.
12. Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М. Развитие идей и моделей в географии туризма / Вопросы географии. Сб. 139: Теория и практика туризма. М.: Изд. дом «Кодекс», 2014. С.38-61.
13. Теория и практика туризма / Вопросы географии. Сб.139. М.: Кодекс, 2014. 472 с.
14. Теоретические основы рекреационной географии. М.: Наука, 1975. 223 с.
15. Bargeman B., Richards G. A new approach to understanding tourism practices // Annals of Tourism Research 84 (2020). С.1-11.
16. Britton S. Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism // Environment and Planning D: Society and Space, 1991. Vol. 9, pp. 461-478.
17. Butler R. The Tourism Area Life Cycle in the Twenty-First Century / A companion to tourism. Eds. by A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams. Oxford: Blackwell, 2004. pp.159-169.
18. Butler R.W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources // Canadian geographer, XXIV, 1, 1980. pp. 5-12.
19. Cazes G. Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs. Bréal Editions, Amphi Géographie, Paris, 1992. 189 p.
20. Chamussy H. Le Groupe Dupont dans le renouvellement de la géographie //, Bulletin de l'AGF, 2015. vol 92, n° 1, pp. 34-41.
21. Cominelli F., Fagnoni E. et Jacquot S. Les espaces du tourisme et des loisirs: entre ordinaire et extraordinaire // Bulletin de l'association de géographes français [En ligne], 95-4 | 2018

22. A companion to tourism / Eds by A. A. Lew, C.M. Hall, A. M. Williams. Oxford: Blackwell, 2004. 642 p.
23. Crang M. Cultural Geographies of Tourism / A companion to tourism / Eds by A. A. Lew, C.M. Hall, A. M. Williams. Oxford: Blackwell, 2004. pp.74-84.
24. Debbage K.G., Daniels P. The tourist industry and economic geography. Missed opportunities? / The economic geography of the tourist industry: a supply-side analysis / Eds. by D. Ioannides, K. G. Debbage. London: Routledge, 2005. pp.17-30.
25. Destinations: cultural landscapes of tourism /Eds. by Greg Ringer Routledge, 2003. 180 pp.
26. Duhamel Ph. Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs, territoires, Paris, Armand Colin. 2018. 288 p.
27. The economic geography of the tourist industry: a supply-side analysis / Eds. by D. Ioannides, K.G. Debbage. London: Routledge, 2005. XVIII. 348 p.
28. Équipe MIT. Tourismes 1. Lieux communs, Paris, Belin, 2002. P.320.
29. Équipe Mit/Knafou. Tourismes 2. Moments de lieux, Paris, Belin. 2005. P. 340.
30. Escadafal A. Des territoires aux destinations – touristiques: la fin d’une illusion?», Sud-Ouest européen [En ligne], 39 | 2015
31. Franklin A. Tourism: An Introduction. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE, 2003. 296p.
32. Franklin A., Crang M. The trouble with tourism and travel theory? // Tourist Studies. 2001. vol 1(1) 5–22.
33. Gibson C. Locating geographies of tourism // Progress in Human Geography 32(3) (2008) pp. 407–422.
34. Gill A. Reflections on institutional and paradigmatic changes in tourism geography: a Canadian perspective // Tourism Geographies, 2018 Vol. 20, №. 1. 185–186.
35. Hall C.M. "Development(s) in the Geographies of Tourism: Knowledge(s), Actions and Cultures" // Geographies of Tourism. 21 Aug 2014; pp. 11-34.
36. Hall C.M., Page S.J. The geography of tourism and recreation: environment, place and space. 4 edition. London, New York: Routledge, 2014. 470 p.
37. Hall C.M., Page S.J. Progress in Tourism Management: From the geography of tourism to geographies of tourism – A review // Tourism Management. 2008. P.1-14.
38. Hall C.M., Williams A.M. and Lew A.A. Tourism: Conceptualizations, Institutions, and Issues / A companion to tourism / Eds by A. A. Lew, C.M. Hall, A. M. Williams. Oxford: Blackwell, 2004. pp. 3-21.
39. Handbook of tourist behavior: theory & practice / Eds. by M. Kozak, A. Decrop. New York: Routledge, 2009. 286 p.
40. Hughes G. Tourism and the Semiological Realization of Space / Destinations: cultural landscapes of tourism /edited by Greg Ringer. London: Routledge, 2003. pp.17-32.
41. International Handbook on Tourism and Peace / Eds. By C. Wohlmuther, W. Wintersteiner. Klagenfurt: Drava verlag, 2014. 387 p.
42. McKercher B., Lew A.A. Tourist Flows and the Spatial Distribution of Tourists / A companion to tourism / Eds by A. A. Lew, C.M. Hall, A. M. Williams. Oxford: Blackwell, 2004. pp. 36-48.
43. Le Berre M. Heurs et malheurs de la géographie régionale// TIGReims, 1982. № 41-42. pp. 3-19.
44. Mérenne-Schoumaker B. Les espaces du tourisme: entre ordinaire et extraordinaire. Remarques, Synthèse, Conclusions, Perspectives// Bulletin de l’association de géographes français, 95-4 | 2018, 643-646.
45. Müller D.K. Time to reconsider tourism geographies? // Tourism Geographies, 2018, №1, 172-174.

46. Müller D.K. 'Tourism geographies are moving out' – a comment on the current state of institutional geographies of tourism geographies // *Geographia Polonica*. 2014. Volume 87, Issue 3, pp. 353-365.
47. Oakes T., Minca M. *Tourism, Modernity, and Postmodernity / A companion to tourism* / Eds by A. A. Lew, C.M. Hall, A. M. Williams Oxford: Blackwell, 2004. pp.280-290.
48. Richards G. The new geographies of tourism: Space, place and locality/Paper presented at the Wageningen Geography Lectures, 13th January 2014. 20 p.
49. Ringer G. Introduction / *Destinations: cultural landscapes of tourism* /Eds. by G.Ringer. London: Routledge, 2003. pp. 1-14.
50. *The Routledge handbook of tourism geographies* / edited by Julie Wilson. London: Routledge, 2012. – 352 p.
51. Saarinen J. Tourism Geographies: Connections with human geography and emerging responsible geographies // *Geographia Polonica*, 2014. Volume 87, Issue 3, pp. 343-352.
52. Stock M. Vers une théorisation de l'approche géographique du tourisme // *Mondes du Tourisme* [En ligne], 2 | 2010
53. Stock M., Lucas L. La double révolution urbaine du tourisme//*Espaces et Sociétés*, 2012 n° 151, p. 15-30.
54. Urry J., Larsen J. *The Tourist Gaze 3.0*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: SAGE, 2011. 282 p.
55. Walmsley D.J. Behavioral Approaches in Tourism Research / *A companion to tourism* / Eds by A. A. Lew, C.M. Hall, A. M. Williams. Oxford: Blackwell, 2004. pp.49-60.
56. Williams S. *Tourism geography*. London: Routledge, 2003. 212 p.
57. Williams S., Lew A.A. *Tourism geography: critical understandings of place, space and experience*. Third edition. London: Routledge, 2015. 346 p.
58. *The Wiley Blackwell Companion to Tourism presents* / Eds. by A.A. Lew, C. M. Hall, A.M. Williams. - John Wiley & Sons, 2014. 672 p.