

Борисенко Катерина Олександрівна
здобувачка,
Маховка Вікторія Михайлівна,
кандидатка економічних наук, доцентка кафедри,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ОБҐРУНТУВАННЯ МІСЦЯ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В ПІРАМІДІ ПОТРЕБ МАСЛОУ

Ієрархія потреб Маслоу є, мабуть, одним із найкращих пояснень людських потреб і використовується в різних сферах [4]. Таким чином, це здається придатним для кращого розуміння потреби людей у темному туризмі. Маслоу створив п'ятирівневу модель, яку також часто зображують як піраміду, у 1943 році [6]. Як тільки потреба буде досягнута, виникне бажання задовольнити потребу вище. У самому низу знаходяться фізіологічні потреби, за якими йдуть потреби безпеки, потреби приналежності та любові, потреби поваги, а на самому верху – самоактуалізація [6]. Самоактуалізації можна досягти лише тоді, коли всі інші потреби задоволені раніше.

Беручи ієрархію потреб Маслоу, Пірс розробив концепцію, яка називається моделлю сходів дозвілля [7]. Він припускає, що деякі потреби людей, поза їхніми фізіологічними потребами, можуть бути досягнуті за допомогою туризму. Пірс стверджував, що модель не є статичною чи абсолютною, а може бути скоригована відповідно до окремих осіб і може змінюватися з часом. Крім того, він зазначає, що люди роблять кар'єру в межах своєї поведінки під час подорожей, яка також відображає їхні мотиви для туризму. Суть моделі полягає в тому, що існує ймовірність того, що численні мотивації можуть по-різному впливати на людей. Тому неможливо провести чітке розмежування між мотиваціями та потребами мандрівників. Це призводить до того, що потреби в рамках моделі сходів дозвілля можуть бути реорганізовані залежно від кожного мандрівника та його особистих потреб [2]. На додаток до моделі сходів дозвілля, Маслоу згадує кілька прикладів того, як його ієрархія потреб пов'язана з мотивами туризму [5]. Однією з них є поїздки за кордон для проведення медичних операцій, які можна розглядати як частину фізіологічних потреб. Іншим прикладом може бути бажання уникнути щоденних стресових ситуацій, щоб уникнути психічних зривів. Заведення нових друзів або створення нових стосунків, іноді навіть романтичних, може допомогти людям підвищити самооцінку. Крім того, подорожі, під час яких людина може навчатися, кидати виклик собі та змагатися, можна розглядати як самоактуалізацію [3].

Ієрархія потреб Маслоу та те, як вона безпосередньо пов'язана з «темним» туризмом, досліджували не так багато, а скоріше з туризмом загалом. І все ж є кілька припущень. Одна з них може полягати в тому, що люди подорожують у темні туристичні напрямки, щоб досягти певного рівня самореалізації, а також

відчутти перевагу над іншими. Інші можуть стверджувати, що вони відчують це почуття до інших, тому що вони побували в «особливому» місці, де небагато людей були раніше, наприклад, в зону аварії на Чорнобильській АЕС. Подорож до цих місць набагато більш унікальна та відрізняється від типових поїздок на пляж [7]. Крім того, відвідувачі можуть почуватися більш успішними, оскільки вони відвідали місця, куди важче подорожувати та більш «особливі», ніж місця, які відвідували їхні друзі. Дехто може навіть використати свої поїздки, щоб похвалитися ними. Завдяки цим почуттям і думкам вони відчують престиж і реалізують свої потреби в повазі. Іншим способом задовольнити їхні потреби поваги може бути доведення того, що вони мають достатньо сміливості, щоб поїхати, наприклад, у небезпечну зону, таку як Чорнобиль, де радіоактивність все ще досить висока. На додаток до цих припущень, можна також припустити, що люди подорожують до темних місць туризму, щоб відчутти щось нове та захоплююче [7].

Отже, рівень самореалізації також може бути досягнутий, якщо люди мають мотивацію подорожувати до пункту призначення, щоб справді познайомитися з історією місця та прагнути дізнатися про нього більше. Ці люди хочуть по-справжньому розширити свої знання (в освітніх цілях) і відчувати емпатію до жертв [1]. Люди, які подорожують до колишнього концентраційного табору Аушвіц-Біркенау, ймовірно, більше зацікавлені в розумінні минулих подій, ніж люди, які відвідують Лондонське підземелля. Бажання самоосвіти також може бути пов'язане з творчою діяльністю, яка є частиною потреб у повазі.

Список використаних джерел

1. Crompton, J., & McKay, S.L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24, 425–439.
2. Goeldner, C., & Ritchie, J. (2006). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (10th ed.). John Wiley & Sons.
3. Holloway, J.C. (2004). *Marketing for tourism*. (4th ed). Pearson Education Limited.
4. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370- 96.
5. Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. Harper & Row.
6. McLeod, S. (2018, May 21). Maslow's hierarchy of needs. *Simply Psychology*. Available from: <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
7. Niemelä, T. (2010). Motivation factors in dark tourism. Case: House of terror. [Bachelor Thesis, Lahti University of Applied Science].