

## КУЛЬТУРОЛОГІЯ

УДК 796.5 : 304 : 159.9

Степанова Олена Анатоліївна  
доктор культурології, доцент,  
завідувач кафедри менеджменту туризму  
Відкритого міжнародного університету  
розвитку людини "Україна"  
[elen\\_d@i.ua](mailto:elen_d@i.ua)

## РОЗУМІННЯ ТУРИЗМУ В ПСИХОЛОГІЇ КУЛЬТУРИ

**Мета статті** – дослідження сутності туризму як універсального феномена людської історії крізь призму психології культури й герменевтики. **Методологія** дослідження полягає у використанні методів психології культури, яка комплексно сприймає й аналізує сам феномен "другої природи", та філософської герменевтики – для розкриття внутрішнього змісту текстів, що стосуються туризму. **Наукова новизна** полягає у дослідженні онтологічних аспектів внутрішньої природи туризму як духовного явища. На основі біблійних текстів і творів мистецтва доводиться, що туризм є сучасною формою нарративу про мандрівку, що простежується впродовж всієї людської історії. **Висновки.** Одним із доцільних методів дослідження туризму як культурного феномена є розуміння його як універсального нарративу про людську мандрівку. Приклади чого бачимо у текстах Старого Завіту, зокрема в оповідях про покликання до місії Авраама і пророка Іллі через наказ відправитися у подорож як метафору духовного укріплення та відновлення до нового життя, вільного від слабкості й гріха, а також в образності послань апостола Павла, в яких використано порівняння життя з бігом, спортивними змаганнями. Турист слідує "персональному міфу "марафонця", або "гопліта-віщуна", як того, хто приносить добру новину після випробувань шляхом і проходить своєрідну ініціацію (із залученням свідомості й підсвідомості). Наведено приклади знаків і символів у мові туризму, що фактично виконують роль симулякрів, створених як стійких асоціативних структур для сучасного туриста і "посттуриста".

**Ключові слова:** туризм, психологія культури, герменевтика, культура, інтерпретація, код.

*Степанова Елена Анатольевна, доктор культурологии, заведующая кафедрой менеджмента туризма Открытого международного университета развития человека "Украина"*

**Понимание туризма в психологии культуры**

**Цель статьи** – исследование сущности туризма как универсального феномена человеческой истории сквозь призму психологии культуры и герменевтики. **Методология** исследования заключается в использовании методов психологии культуры, комплексно воспринимающей и анализирующей сам феномен "второй природы", и философской герменевтики для раскрытия внутреннего содержания текстов, касающихся туризма. **Научная новизна** заключается в исследовании онтологических аспектов внутренней природы туризма как духовного явления. На основе библейских текстов и произведений искусства доказывается, что туризм является современной формой нарратива о путешествии, что прослеживается на протяжении веков человеческой истории. **Выводы.** Одним из целесообразных методов исследования туризма как культурного феномена является понимание его как универсального нарратива о человеческом путешествии. Примеры этого мы видим в текстах Ветхого Завета, в частности в рассказах о призывании к миссии Авраама и пророка Ильи через приказ отправиться в путешествие как метафору духовного укрепления и восстановления к новой жизни, свободного от слабости и греха, а также в образности посланий апостола Павла, в которой использовано сравнение жизни с бегом, спортивными соревнованиями. Турист следует "персональному мифу "марафонца", или "гоплита-вестника", как того, кто приносит хорошую новость после испытаний путем и проходит своеобразную инициацию (с привлечением сознания и подсознания). Приведены примеры знаков и символов в языке туризма, фактически выполняющих роль симулякров, созданных как устойчивых асоциативных структур для современного туриста и "посттуриста".

**Ключевые слова:** туризм, психология культуры, герменевтика, культура, интерпретация, код.

*Stepanova Olena, Doctor of Philosophy, Head of the Tourism Management Department, Open International University of Human Development "Ukraine"*

**An Understanding Tourism in the Psychology of Culture**

**Purpose of the article** is to study the essence of tourism as a universal phenomenon in human history through the prism of the Psychology of Culture and Hermeneutics. The **methodology** of the research consists in using the methods of the Psychology of Culture, comprehensively perceiving and analyzing the phenomenon of the "second nature"

itself, and Philosophical Hermeneutics for revealing the internal content of texts relating to tourism. **Scientific novelty** consists in proving the study of ontological aspects of the inner nature of tourism as a spiritual phenomenon. Based on biblical texts and works of art, it is proved that tourism is a modern form of the narrative of travel, which can be traced throughout the centuries of human history. **Conclusions.** One of the most expedient methods of studying tourism as a cultural phenomenon is understanding it as a universal narrative about human travel. We see examples of this in the texts of the Old Testament, in particular in the stories about calling for the mission of Abraham and the prophet Elijah through the order to go on a journey as a metaphor for spiritual strength and restoration to a new life free from weakness and sin, as well in the imagery of the epistles of the apostle Paul, in which uses a comparison of life with running, sports competitions. The tourist follows the "personal myth of the "marathon runner," or "hoplite-herald", as someone who brings good news after the tests through and undergoes a kind of initiation (involving the consciousness and subconscious). Examples of signs and symbols in the language of tourism, actually performing the role of a simulacrum, created as stable associative structures for the modern tourist and "post-tourist" are given.

**Key words:** tourism, Cultural Psychology, Hermeneutics, culture, interpretation, code.

Актуальність теми дослідження. В сучасній туризмології більша частина досліджень феномену туризму стосується його історії, менеджменту, економіки, регіональних особливостей, специфіки у конкретних секторах, але помітна відсутність філософських, психологічних, культурологічних робіт, які б стосувалися глибинних онтологічних, феноменологічних аспектів, котрі, на нашу думку, виступають важливими чинниками (свідомими чи підсвідомими) у житті людини, що мандрує. У нашій статті зробимо спробу дослідити туризм у ракурсі психології культури за допомогою герменевтичного аналізу окремих культурних наративів, що увійшли до класики не тільки літератури чи живопису, а й органічно інтерпретуються як певний інваріант життя спільнот чи окремої особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туризм як соціально-культурний феномен не досліджувався у такому ракурсі, який пропонуємо у цій статті, тому окремої історії вивчення цієї наукової проблеми немає. Однак у нашій роботі звертатимемося до окремих концепцій, які відповідають меті статті. Це праці з психології культури (Зенон Вальдемар Дудек, Анджей Панкалла), соціології культури (Базиль Бернштейн, Джон Річард Уррі) та герменевтики (Реймонд Браун, Ганс-Георг Гадамер, Жан Кальвін, Джон Мак-Артур), що, зокрема, становить специфіку нашого інтердисциплінарного дослідження. Для ілюстрації наших теоретичних висновків зверталися до текстів Святого Письма, а також картин Яцека Мальчевського і Марії Левитської.

Мета дослідження полягає у розкритті сутності туризму як універсального феномена людської історії крізь призму психології культури й герменевтики.

У статті використано методологію психології культури, яка комплексно сприймає й аналізує сам феномен "другої природи": "Культура – це комплекс символічних творінь людини, які творяться, досвідчуються і виражаються особистостями і групами, що становлять свого роду значеннево-функціональну єдність, котра триває у часі; передаються в груповому аспекті у горизонтальному (традиція цієї спільноти, матеріальна культура, щоденне життя субкультур, зв'язки між ними) і вертикальному вимірі (символічна традиція, символічні міжпоколінні зв'язки, духовне життя особистостей і груп, вірування, міфологія)" [10, 178]. В аналізі окремих текстів і творів мистецтва звернулися до герменевтичної методології, важливість якої в філософії, зокрема естетиці, розкрив Ганс-Георг Гадамер (1900–2002): "якщо твір мистецтва щось нам каже і якщо цим сказаним він зумовлює все те, що ми повинні зрозуміти, то ця його здатність – не метафора мистецького твору, а його добра й реальна суть. Але саме в такій функції твір мистецтва і виступає предметом герменевтики" [2, 9].

Виклад основного матеріалу. З точки зору психології культури, "людину Бог створив тому, що любить оповіді (Елі Вайсель). І в цьому ми, ймовірно, до нього схожі – більше ніж вважаємо маємо захоплення історіями. Ми є оповіддю, творимо персональні міфи, а нарації (культурні міфи) творять нас" [10, 140]. Туризм є сучасною формою оповіді про мандрівку, яку людина протягом тисячоліть своєї історії досвідчувала в різноманітних варіаціях. У Книзі Буття про становлення особистості Авраама, його покликання до особливої місії читаємо: "І промовив Господь до Авраама: Вийди зо своєї землі, і від родини своєї, і з дому батька свого до Краю, який Я тобі покажу. І народом великим тебе Я вчиню, і поблагословлю Я тебе, і звеличу ймення твоє, і будеш ти благословенням. І поблагословлю, хто тебе благословить, хто ж тебе проклинає, того прокляну. І благословляться в тобі всі племена землі! І відправивсь Аврам, як сказав був до нього Господь" (Буття 12:1–4). Жан Кальвін (1509–1564) – один із отців європейської Реформації, теолог і дослідник біблійної герменевтики – у цьому заклику до мандрівки бачить духовний підтекст випробування віри, кульмінацію якого всі добре знаємо із сюжету про заклик принести в жертву єдинородного сина Ісаака: "Оскільки вигнання саме по собі сумне і гірке, оскільки рідна земля солодка та приємна для всіх, Бог цілеспрямовано й настійливо велить Авраамові залишити вітчизну, щоб оволодіти його душею повністю і без решти <...> І все ж не варто думати, що

Бог жорстокий і отримує задоволення від страждань Своїх рабів. Він лише випробовує їх душевні пориви, щоб у їхніх серцях більше не було потаємних печер, в яких міг би приховуватися гріх" [3, 343].

У складній історії пророка Іллі перед завершальним його служінням, перед яким він дуже злякався переслідувань, переховувався у горах, навіть прохав у Бога смерті, читаємо: "І він устав, і попоїв та напився. І він ішов, підкріплений тією їжею, сорок день та сорок ночей аж до Божої гори Хорив" (1 Царів 19:8). У християнській традиції добре відомо, що саме стільки днів та ночей постив Ісус Христос у пустелі, це число сорок не є випадковим, як знаємо із семіотики цифр у Святому Письмі: "Подорож Іллі зайняла вдвічі більше часу, ніж повинно було. Відповідно, цей проміжок часу не тільки мав символічне значення, але і вказував на буквальный час. Подібно до того, як ізраїльський народ переживав сильний духовний упадок і тому скитався сорок років пустелею (Чис. 14:26–35), так і пригнічений Ілля повинен був провести сорок днів у пустелі. Як Мойсей провів сорок днів на горі без хліба та води, отримуючи підкріплення тільки від Бога, оскільки він очікував нового етапу в служінні (Вих. 34:28), так й Ілля повинен був провести сорок днів, отримуючи Боже підкріплення, оскільки готувався отримати нове доручення від Господа" [див.: 6, 506]. Додамо, що гора Хорив по-іншому називається Синай (на території сучасного Єгипту), де розташований один із найдавніших постійно діючих християнських монастирів – Святої Катерини, – що протягом століть є одним із головних туристичних об'єктів у світі: його відвідували і короновані особи, і святі, і видатні діячі культури, і мільйони звичайних туристів та паломників. Саме тут, як вважається, досі росте Неопалима купина, розташована криниця Мойсея, зберігаються моці святої Катерини, а обитель є хранительницею однієї з найбагатших колекцій давніх рукописів та ікон. Захопливий опис цієї обителі знаходимо в популярному у XVIII–XIX століттях творі "Мандри по Святих Місцях Сходу з 1723 по 1747 рік" українського мандрівника та письменника Василя Григоровича-Барського (1701–1747). Українська художниця і сценограф Марія Левитська перебувала на Синаї спеціально у пошуках особливого натхнення, внаслідок чого створила окремий цикл картин, а також використала ідеї світлотіней цих загадкових гір у декораціях опери М.Скорика "Мойсей". Вона назвала цей монастир "Земля, де літає Бог" [4, 181].

У такому значеннєвому контексті зрозумілою стає певна "нераціональність" у використанні часу для подорожей. Погоджуємося з думкою, що "персональний міф (особистий, приватний, власний) – це просто історія, яка твориться (яка творить) протягом життя людини і становить основоположний елемент його психобіографії. Іншими словами, це – лейтмотив, через який досконало пов'язується несвідомість особистості та який веде прямо до її джерел. Визначає наші вчинки (також на основі заперечення), спосіб сприймання реальності, мислення, відчуттів, міжособисті стосунки" [10, 147].

Польський психолог Анджей Панкалла наводить приклад персонального міфу "марафонця" на основі аналізу одного щоденника: "біжить, зокрема, тому, щоб відіграти роль гопліта (гопліт – важко озброєний піхотинець у Стародавній Греції – О. С.) – першого легендарного марафонця. Завершення марафону є ніби рівнозначним принесенню доброї новини: Ось я добіг! <...> Гопліт – безсмертний. Кожен марафон, чи то в Нью-Йорку, Лондоні, Варшаві чи на Гаваях, де вибігається о шостій зранку, є символом його безсмертя, доброю новиною, яку приноситься тим, котрі очікують" [10, 148]. На нашу думку, турист переживає свою роль у цьому міфі "марафонця", проходить своєрідну ініціацію у соціально-культурній ролі "гопліта-віщуна доброї новини". Звертання до міфології у дослідженні внутрішньої основи туризму має значення не тільки для наукового дослідження, вибудовування певних теоретичних схем і моделей, але й у самій екзистенції людського буття, адже "міф користується з того, що людині важко погодитися на життя у випадковому світі, який вичерпується у чергових нетривалих, проминальних ситуаціях і подіях; історія – лінійна і складається з подій, процесів та їх інтерпретації, вона ненадійна; міф, навпаки, – відсилає до певності й відчуття приналежності до спільноти незмінних цінностей" [8, 29]. У психології культури ініціація розуміється як "глобальна функціональна і структурна зміна свідомості й особистості, що охоплює основоположні виміри природного, суспільного, духовного життя (стать, сенс життя, значення життя, діяльність, творчість, смерть) <...> У процесі ініціації <...> рівноправно беруть участь свідомість і несвідомість, сама особистість і спільнота, природне, психологічне і культурне середовище" [10, 179].

Відзначимо, що апостол Павло у своїх посланнях також користується спортивною метафоричністю в описі свого місійного служіння, сповненого випробувань і небезпек на численних дорогах Римської імперії: "Але ти будь пильний у всьому, терпи лихо, виконуй працю благовісника, сповняй свою службу. Бо я вже за жертву стаю, і час відходу мого вже настав. Я змагався добрим змагом, свій біг закінчив, віру зберіг. Наостанку мені призначається вінок праведности, якого мені того дня дасть Господь, Суддя праведний; і не тільки мені, але й усім, хто прихід Його полюбив" (2 Тимофію 4:5–8); "Хіба ви не знаєте, що ті, хто на перегонях біжить, усі біжать, але нагороду приймає один? Біжіть так, щоб одержали ви! І кожен змагун від усього стримується; вони ж щоб тлінний прийняти вінок, але ми

щоб нетлінний. Тож біжу я не так, немов на непевне, борюся не так, немов би повітря б'ючи. Але вмертвляю й неволю я тіло своє, щоб, звіщаючи іншим, не стати самому негідним" (1 до Коринтян 9:24-27). Перший із процитованих фрагментів є чітким прикладом біблійного "літературного жанру заповіту, або прощальної промови" [1, 286]. Стосовно фрагменту з Першого послання до Коринтян Реймонд Браун відзначає історичний контекст, щоб краще зрозуміти образність апостола: "У 9:24-27 він завершує розмову про труднощі, які долав у своєму служінні, використовуючи образи спортивного змагання (що повинно було бути близьким коринтянам, для яких Істмійські ігри мали велике значення). Він суворий до себе, щоб його самого не дискваліфікували після проповіді іншим" [1, 120]. На нашу думку, ця спортивна образність апостола язичників була не випадковою, а спрямованою до екзистенційного рівня сприйняття його адресатами, для котрих спорт, змагальність були важливими концептами життя, а не тільки розвагою.

Виразний представник живопису модернізму, польський художник Яцек Мальчевський (1854–1929) окремий тематичний блок своєї творчості присвятив образам ангелів, які своїх супутників супроводжують дорогою, можна сказати – екзистенційним шляхом, трансцендентною мандрівкою як метафорою життя людини. Не випадково звернулися у нашій статті до картин цього митця, ще й ангелологічного блоку, адже одна з найвідоміших і найоригінальніших із них зберігається у Львівській національній галереї мистецтв імені Бориса Возницького. Мова йде про твір "Три ангели з Товією" (1906) [9, 93]. Окремим важливим інтертекстом до цієї картини є те, що історія про Товію та його сліпого батька оповідається у Книзі Товії, що входить до канону Біблії у православних і католиків (до іудейського Танаху її не включили, а протестанти вважають апокрифічною): у цій виховній за своїм характером книзі даються численні моральні поради. Картина Я.Мальчевського представляє постаті ангелів Гавриїла, Михаїла, Рафаїла і Товію, що відправився у непросту мандрівку, у цілком українському пейзажі – вони прямують простою дорогою серед полів золотистої пшениці. Художник-модерніст, далекий від народно-побожного моралізаторства, більше того, відомий своїм ексцентризмом як у житті, так і у творчості (скажімо, його "Автопортрет із фавнами" (1906), де він себе зобразив із тортівницею на голові, теж можна побачити у Львові), представив традиційний сюжет католицьких образків у самобутній реалістичній формі, наповненій символами й алегоріями, як прагнення людини до мандрів-подорожей на основі цілком романного сюжету в Святому Письмі. Кремезні постаті ангелів у химерному одязі з небесними відтінками крил, позаду яких іде Товія з рибою в руці, ведуть і захищають (Михаїл із властивим йому атрибутом – мечем) хлопця у дорозі, в кінці горизонту якої видніється поселення, поєднання якого з пейзажем можна вважати наслідуванням живопису італійського Відродження. Така інтерпретація, на нашу думку, є не тільки нашим авторським підходом до розуміння картини Я.Мальчевського, яку можна побачити не лише в мережі інтернет, але й у Львівській галереї мистецтв, але й свідченням комунікативної функції цього твору мистецтва, що промовляє до сучасника як універсальне послання про мандри й подорожі людини в їхньому горизонтальному й вертикальному ракурсах. У такому підході погоджуємося з міркуваннями засновника філософської герменевтики: "У порівнянні з іншими мовними й немовними успадкуваннями твір мистецтва в кожний новий період – абсолютна сучасність і водночас зберігає дієвість свого слова в майбутньому. Інтимність, якою нас вражає твір мистецтва, – це водночас якесь загадкове потрясіння й руйнація для нас звичного. Твір не тільки говорить кожному з нас уже відоме: "Це ти", проголошуючи це серед радісного й кошмарного жаху водночас. Він ще й каже нам: "Ти повинен змінити своє життя!" [2, 15].

Така відкрита історична перспектива, про яку пише Г.-Г. Гадамер стосовно творів мистецтва, простежується і в мові туризму, зокрема його знаках і символах, які стають певними кодами, що наділені понадчасовими впізнаваними властивостями, наприклад: коли туристи бачать у Єрусалимі іудейських ортодоксів чи християнських священників, то уявляють собі сторінки Святого Письма чи священної історії; коли на галявинах Швейцарії бачать корів, які пасуться, то відразу уявляють собі рекламні ролики про швейцарський шоколад; коли проїжджають через якесь село у Британії, то асоціюють його зі "старою доброю Англією", образ якої відомий з класичної літератури чи сучасного кінематографу, тощо. І саме через такі комунікативні семіотичні засоби (знаки і символи) турист ХХІ століття сприймає інформацію, особливо у контексті заздалегідь планованого очікування певних вражень і відчуттів. Відзначимо, що туристична галузь навіть окремо продукує такий "символічно-знаковий товар" з метою якнайвигодніше його запропонувати потенційним клієнтам, скажімо: "Єгипет фараонів", "романтичний, сповнений кохання Париж", "Фінляндія як домівка Санта-Клауса", "Різдвяна Прага", "лицарські замки Луари", "канали Венеції" тощо. Цей набір образів-кодів відомих туристичних місць не є випадковий, адже у туризмі головним способом пізнання, досвіду є саме візуальність. Ці симулякри належать до стійких мовних кодів, які у загальному, за теорією британського соціолога освіти Базиля Бернштейна (1924–2000), визначають соціальне життя людини: "у кожній конкретній мові може

існувати цілий ряд способів мовлення та стійких конструкцій, а мовні засоби і форми, або коди, самі наділені функцією форми, якої набувають соціальні стосунки. У зв'язку з тим вважаю, що певна форма соціальних стосунків або – загальніше – соціальна структура генерує окремі мовні форми або коди, що передусім передають культуру, вимагаючи певного типу поведінки" [7, 135].

Британський соціолог Джон Річард Уррі (1946–2016), що займався питаннями соціології туризму та сучасної мобільності, акцентує на тому, що у сучасному світі подорожі є одними з найважливіших частин людського життя. Вчений запропонував поняття "посттуризму", на відміну від традиційного "масового туризму". Ось як він розкриває своє розуміння цих явищ: посттурист "не мусить залишати своє помешкання, щоб побачити численні туристичні об'єкти. Особливо завдяки телебаченню і відео все можна зараз побачити, запам'ятати, порівняти і контекстуалізувати" [12, 37]. Звісно, що тут варто додати мережу інтернет як джерело пізнання світу без необхідності виходити з дому, просто необхідний доступ до світової мережі. В Україні останні роки одними з найпопулярніших передач на телеканалах та відеохостингах є конкретно ті, які стосуються подорожей. Дж. Р. Уррі ще у 1980-х роках, коли не був поширений інтернет, вважав, що посттурист бере участь у "грі туризму": "посттурист – це особа, яка знає, що є туристом, що це гра, а швидше, навіть ціла серія ігор з різноманітними текстами, позбавлена одного – автентичного туристичного досвіду. Посттурист знає, що буде змушений знову стати в черзі, що знову треба буде помінати гроші, що кольоровий буклет – це продукт попкультури, що "автентичне" місцеве оточення так само соціально заплановане як і "народний" бар, а також мальовниче "рибацьке село" не вижили б без прибутку з туризму" [11, 38].

На сьогодні, безумовно, ця туристично-ігрова віртуалізація поширена незмірно більше ніж наприкінці ХХ століття. Цей світ копій або по-іншому можна сказати – симулякрів – зазвичай віддалений від свого оригіналу, подібно, як письменник чи художник створює своє авторське бачення певного фрагменту дійсності. Британський соціолог туризму наводить приклад такого симулякру в туристичній іміджології – т. зв. рожеві й білі тераси на озері Ротомахана у північній частині Нової Зеландії, які були знищені виверженням вулкану в 1886 році. Це "восьме чудо світу" було прикладом травертинових терас, сформованих гарячими геотермальними водами, що каскадоподібно спадали схилами пагорбу і формували фантастичного вигляду природне явище. Вони були схожі на знамениті джерела Памуккале на південному заході Туреччини, які дуже популярні серед туристів. Ось що пише про образотворення цього загиблого майже півтора століття тому природного феномену Дж. Уррі: "Популярною атракцією у ХІХ столітті були рожеві та білі тераси, що розтягувалися над озером Ротомахана. Вони були знищені через виверження вулкану в 1886 році, хоча їх фотографії популярні до сьогодні. Ці тераси – широко відома атракція, незважаючи на те, що більше століття не існують. На сьогодні виник план, щоб відтворити їх, пускаючи геотермальну воду на штучно збудовані тераси в цілком іншому місці, розташованому поруч із туристичними центрами. Ці тематичні тераси виглядатимуть більш автентично ніж оригінальні, які знаємо лише завдяки фотографіям ХІХ століття" [12, 146–147].

Сучасна людина, на відміну від наших попередніх поколінь (якщо вести мову про Україну, то в Радянському Союзі туризм був обмежений або просторами однієї країни, або з державами соціалістичного табору, куди далеко не всі мали змогу вибратися в подорож), менше прив'язана до свого світу, її горизонти виходять у глобальний простір раніше просто недосяжним куточків світу й екзотичних культур і традицій.

Отже, феномен мандрів у нашому розумінні належить до традиції (в розумінні психології культури) як "вертикального виміру культури (культура in potentia); змістів культури, сконденсованих у певній символіці (міфи, релігія, мова, міжпоколінні національні й сімейні взірці) та розпізнаваних як наповнена сенсом цілісність, що виходить поза окреслений час епохи чи покоління (транцендентна функція культури), а також місце (дифузія традиції, традиція в діаспорі)" [10, 178–179]. Такий аналіз сутності туризму сприяє глибшому розумінню його природи і великої популярності у сучасній культурі не лише як способу релаксу й відпочинку, а й як внутрішньої екзистенційної потреби.

Наукова новизна. Вперше за допомогою методології психології культури й філософської герменевтики розкриваються онтологічні аспекти внутрішньої природи туризму як духовного явища, що виступають важливими чинниками (свідомими чи підсвідомими) у житті людини, яка мандрує. На основі біблійних текстів і творів мистецтва доводиться, що туризм є сучасною формою нарративу про мандрівку, що простежується впродовж віків людської історії.

Висновки. На нашу думку, одним із доцільних методів дослідження туризму як культурного феномена є розуміння його як універсального нарративу про людську мандрівку, варіанти чого бачимо у текстах Старого Завіту, зокрема в оповідах про покликання до місії Авраама і пророка Іллі через наказ відправитися у подорож як метафору духовного укріплення та відновлення до нового життя,

вільного від слабкості й гріха, а також в образності послань апостола Павла, в якій використано порівняння життя з бігом, спортивними змаганнями, екзистенційно зрозумілими для його адресатів. Турист слідує "персональному міфу "марафонця"", або "гопліта-віщуна", як того, хто приносить добру новину після випробувань шляхом. Він проходить своєрідну ініціацію (із залученням свідомості й підсвідомості) і у такій соціально-культурній ролі виправдовує певну "нераціональність" у використанні часу для подорожей. На прикладі герменевтичного аналізу картини "Три ангели з Товією" Я.Мальчевського представлено трансцендентний вимір мандрівки як метафори життя людини. Наведено приклади знаків і символів як впізнаваних кодів у мові туризму, що фактично виконують роль симулякрів, створених як стійких асоціативних структур для сучасного туриста і "посттуриста".

### *Література*

1. Браун Р. Введение в Новый Завет. Том II / Пер. с англ. Москва : ББИ св. Апостола Андрея, 2007. 571 с.
2. Гадамер Г.-Г. Герменевтика і поетика. Вибрані твори / Пер. з нім. Київ : Юніверс, 2001. 288 с.
3. Кальвин Ж. Комментарии на 5 книг Моисея. Первая книга Моисея. Бытие (том 1, серия "Библейские комментарии Жана Кальвина") / Пер. с лат. Киев : Come Over and Help (ФОП Смоленский С.А.), 2018. 720 с.
4. Левитська М.С. Музи і музика мого театру. Київ : Либідь, 2016. 240 с.
5. Святе Письмо Старого та Нового Завіту. Повний переклад, здійснений за оригінальними єврейськими, арамейськими та грецькими текстами. United Bible Societies, 1991. 1494 с.
6. Учебная Библия с комментариями Джона Мак-Артура. Русское издание под общей редакцией С. Омельченко. Второе издание на русском языке. Минск : Славянское евангельское общество, 2005. 2202 с.
7. Bernstein B. Kod rozbudowany I kod ograniczony // Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów. Warszawa : WUW, 2003. S.135–142.
8. Burszta J.W. Logos i mythos w antropologii kultury // Logos i mythos w kulturze XX wieku. Poznań : Poznańskie Studia Polonistyczne, 2003. S. 23–33.
9. Chomyn I. 150 arcydzieł malarstwa polskiego ze zbiorów Lwowskiej Galerii Sztuki. Sopot : Państwowa Galeria Sztuki w Sopocie, 2006. 191 s.
10. Dudek Z. W., Pankalla A. Psychologia kultury. Doświadczenia graniczne i transkulturowe. Warszawa : ENETEIA, 2005. 364 s.
11. Urry J. Cultural Change and Contemporary Holiday-Making // Theory, Culture and Society. 1988. № 5 (1). P. 35–55.
12. Urry J. The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies. London : Sage Publications Ltd., 1990. 180 p.

### *References*

1. Brown, R. (2007). An Introduction to the New Testament. Volume II. Translated from English. Moscow : St. Andrew's Biblical Theological Institute [in Russian].
2. Gadamer, H.-G. (2001). Hermeneutics and Poetics. Selected Works. Translated from German. Kyiv : Yunivers [in Ukrainian].
3. Calvin, J. (2018). Comments on 5 books of Moses. The first book of Moses. Genesis (volume 1, series "Biblical comments by John Calvin"). Translated from Latin. Kiev : Come Over and Help (FOP Smolenski S.A.) [in Russian].
4. Levitska, M.S. (2016). The Muses and music of my theater. Kyiv : Lybid' [in Ukrainian].
5. The Bible of the Old and New Testament (1991). Full translation of the original Hebrew, Aramaic and Greek texts. United Bible Societies [in Ukrainian].
6. Study Helps from The MacArthur Study Bible (2005). Russian edition, edited by S. Omelchenko. Second published in Russian. Minsk : Slavic Gospel Association [in Russian].
7. Bernstein, B. (2003). An Elaborated and Restricted Codes. Anthropology of the word. Issues and selection of texts. Warsaw : WUW, PP.135–142 [in Polish].
8. Burszta, J.W. (2003). Logos and mythos in cultural anthropology. Logos and mythos in the culture of the XX-th century. Poznań : Poznańskie Studia Polonistyczne, 23–33 [in Polish].
9. Chomyn, I. (2006). 150 masterpieces of Polish painting from the collection of the Lviv Art Gallery. Sopot : Państwowa Galeria Sztuki w Sopocie [in Polish].
10. Dudek, Z. W., Pankalla, A. (2005). Psychology of culture. Border and transcultural experiences. Warsaw : ENETEIA [in Polish].
11. Urry, J. (1988). Cultural Change and Contemporary Holiday-Making. Theory, Culture and Society, 5 (1), 35–55 [in English].
12. Urry, J. (1990). The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies. London: Sage Publications Ltd [in English].

*Стаття надійшла до редакції 18.02.2018 р.*