

ТУРИЗМ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

TOURISM AS SOCIOCULTURAL PHENOMENON

На сьогодні туризм є багатоаспектним феноменом глобального масштабу, що суттєво впливає як на життя окремої особистості, так і на розвиток людської цивілізації в цілому. Стрімкий розвиток туризму, розширення його функцій, урізноманітнення та глобалізація зумовили системний характер його вивчення. Туризм як об'єкт дослідження потребує теоретичного та методологічного інструментарію багатьох наук – географії, культурології, історії, педагогіки, психології, економіки, юриспруденції, соціології, політології, філософії тощо. Міждисциплінарний підхід дозволяє врахувати дію численних чинників організації та розвитку туризму, відобразити його вплив на різні сфери суспільства (соціальну, культурну, духовну, економічну, політичну).

Туризм є певним індикатором рівня і якості життя населення, сприяє формуванню взаємного інтересу людей до історико-культурної спадщини різних країн та регіонів, стабілізації міжетнічних, міжнародних і міжрегіональних відносин.

Усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширюють перспективи туризму як ресурсу регіонального розвитку, а також впливу на соціальну й культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі туризм із переважно економічного явища перетворюється на соціальний й культурний феномен.

Незважаючи на всі труднощі, наш час є періодом розвитку нових тенденцій у культурному житті, відроджуються раніше забуті імена, пам'ятки й події, по-новому оцінюється історична спадщина. І тому для більшості українських регіонів орієнтація на туризм стає однією з можливостей соціального й культурного піднесення.

У статті здійснений аналіз взаємопов'язаних структурних елементів туризму як соціокультурного явища (рекреаційний, інформаційно-комунікаційний та культурно-освітній), що формують ключові напрямки туристичної діяльності та набір її функцій. Розкривається сутність такого поняття як туризм. Основна увага зосереджується на можливості застосування двох методологічних підходів: соціально-культурного й

суб'єктно-діяльного, з метою реалізації ціннісного аналізу туристичної сфери та її окремих видів. Висвітлюються функції туризму, що характеризують його вплив на людей та відносини між ними у соціумі. Розкривається соціокультурний потенціал туристичної сфери.

Ключові слова: туризм, туристична сфера, соціокультурне явище, культурна спадщина, дозвілєва діяльність.

Today, tourism is a multifaceted phenomenon of global scale, which significantly affects both the life of the individual and the development of human civilization as a whole. The rapid development of tourism, the expansion of its functions, diversification and globalization have led to the systemic nature of its study. Tourism as research object requires the theoretical and methodological tool of many sciences – geography, culturalology, history, pedagogics, psychology, economy, jurisprudence, sociology, political science, philosophy and others like that. The interdisciplinary approach allows to take into account the action of numerous factors of organization and development of tourism, to reflect its impact on various spheres of society (social, cultural, spiritual, economic, political).

Tourism is a certain indicator of the level and quality of life of the population, contributes to the formation of mutual interest of people in the historical and cultural heritage of different countries and regions, stabilization of interethnic, international and interregional relations.

Realizations of necessity of maintenance of cultural variety in the world extend the prospects of tourism as to the resource of regional development, and also influence on a social and cultural sphere, ecology, foreign economic activity and international relations. It is related to that in the modern world tourism from the mainly economic phenomenon grows into the social and cultural phenomenon.

Despite all the difficulties, our time is a period of new trends in cultural life, previously forgotten names, monuments and events are being revived, and the historical heritage is being re-evaluated. Therefore, for most Ukrainian regions, the focus on tourism is becoming one of the opportunities for social and cultural development.

Key words: tourism, tourist sphere, sociocultural phenomenon, cultural heritage, leisure activity.

УДК 338.48:316

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2022/47.51>

Знобей О.В.,

викладач кафедри соціальної роботи і менеджменту соціокультурної діяльності
Навчально-наукового інституту педагогіки і психології Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка

Полянничко А.О.,

канд. пед. наук,
доцент кафедри соціальної роботи і менеджменту соціокультурної діяльності
Навчально-наукового інституту педагогіки і психології Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Туризм у XXI ст. здобув значного розвитку й став масовим соціокультурним явищем глобального масштабу. Швидкому поширенню туристичної активності сприяє розширення політичних, соціально-економічних, наукових, культурних та інших зв'язків між країнами світу. Водночас розвиток масового туризму дає можливість людям розширити кругозір, нагромадити нові знання щодо

культури й історії своєї й інших країн, познайомитися із історико-культурною спадщиною різних регіонів.

На сьогодні значно зростає соціокультурна роль туризму, що визначає необхідність його дослідження з точки зору рекреаційної, культурно-освітньої та інформаційно-комунікаційної функцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значні напрацювання в дослідженні сфери туризму

відображені в наукових працях таких вітчизняних авторів, як О. Вуйцик, В. Єрмаченко, Р. Кожухівська, В. Стойка, М. Колосінська, Ю. Краснова, А. Антонова та інших.

Складним міждисциплінарним проблемам функціонування туристично-рекреаційного комплексу в Україні присвячені наукові праці таких вчених, як: І. Буднікевич, З. Герасимчук, Г. Горіна, Р. Кожухівська, Н. Коніщева, Ю. Любаров, М. Мальська, О. Мілашовська та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У роботах вказаних вчених здійснено глибокий аналіз стану, перспектив та чинників розвитку туристичної сфери, обґрунтовано стратегічні напрямки та механізми її розвитку. Водночас, неповною мірою залишаються дослідженими аспекти соціокультурної значущості туризму як виду дозвілєвої діяльності.

Мета статті. Проаналізувати взаємопов'язані структурні елементи туризму як соціокультурного явища, що формують ключові напрямки туристичної діяльності та набір її функцій.

Виклад основного матеріалу. Згідно Закону України «Про туризм» № 325/95-ВР від 15.09.95 р. «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [7].

Проведене нами поєднання різних визначень змісту поняття туризму дає можливість розглядати його як особливий вид дозвілєвої активності, пов'язаний із тимчасовим переміщенням осіб з місць їх постійного перебування/проживання до іншої місцевості (регіону чи країни) з метою відпочинку, оздоровлення, лікування, одержання нових знань, відвідування інших людей (знайомих, родичів), але без заняття в місці тимчасового перебування діяльністю, що передбачає отримання матеріальної винагороди.

Соціокультурна цілісність туризму розкривається при його взаємодії із культурною сферою, оскільки культурні особливості дестинації є найбільш привабливими для туристів. Культурна сфера активно залучається у туристичну активність, а соціокультурна комунікація набуває важливого значення у задоволенні туристичних потреб.

Ціннісний аналіз туристичної сфери вказує на можливість застосування двох методологічних підходів: соціально-культурного й суб'єктно-діяльнісного.

Соціально-культурний підхід розкриває родову структуру соціально-культурних процесів і явищ, базисом яких є єдність: особистості, що є суб'єктом взаємодії; суспільства як сукупності взаємодіючих людей з їх соціально-культурними відносинами; власне культурного середовища яке є системою цінностей й норм, носіями яких є взаємодіючі індивіди [4].

З позицій соціально-культурного підходу суспільство розглядається як органічна єдність культури й соціальності, що утворюється й трансформується активністю людини. Культура розуміється як сукупність різних способів діяльності людини та отриманих матеріальних й нематеріальних результатів. Соціальність трактується як сукупність відносин соціального суб'єкта (індивіда чи групи) з іншими суб'єктами (соціально-економічними, політичними тощо).

З точки зору суб'єктно-діяльнісного підходу туризм є окремим видом діяльності, що містить: ціль, засоби, отриманий результат й власне сам процес туристичної діяльності. Базисом туристичної активності людини є свідомо сформульована мета, отже основою туристичної діяльності є мотивація й система культурних цінностей. Соціальна діяльність є способом існування й розвитку людини, формою взаємодії людини з природним середовищем й соціумом. Отже дослідження туризму також ґрунтується на визначенні структури й функцій соціальної суб'єктивності у певному суспільстві. Суб'єктно-діяльнісний підхід у дослідженні туристичної сфери передбачає аналіз й оцінку певного соціального суб'єкта з точки зору його мотивів й прагнень до самореалізації [2].

Отже, соціально-культурний і суб'єктно-діяльнісний підходи дають змогу реалізувати ціннісний аналіз туристичної сфери та її окремих видів. Кожен вид туризму є конкретним видом туристичної діяльності, реалізованою як у межах державних кордонів, так і на макрорегіональному й світовому рівнях. Туристичні подорожі стають стилем життя членів розвиненого людського суспільства.

Досліджуючи соціокультурні імперативи розвитку туризму як складно структурованого феномену, доцільно відзначити цілісність та системність його структури, складність взаємодії її елементів й високий рівень їх автономії: туризм є соціокультурним феноменом; туризм є видом соціально-економічної взаємодії; туризм є елементом сфери дозвілля; туризм є формою споживання; туризм тісним чином взаємодіє із оточуючим середовищем [5].

Туризм у сучасному українському суспільстві набув масового характеру через активізацію процесів глобалізації, розширення взаємозв'язків України з іншими країнами, відкритість границь і розвиток міжнародної торговельно-економічної діяльності. Активізація й збільшення інтенсивності міжнародних контактів, як на державному та і на особистісному рівнях, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, дали змогу значно спростити процедури бронювання готелю, квитків, замовлення різноманітних послуг. Вони стали типовими й звичайними у соціальній практиці людей практично в усьому світі. Відтак, туризм у теперішніх умовах є глобальним явищем.

Будь-яка діяльність людина виконує певну функцію або набір різних функцій. Дослідження туристичної сфери неможливе без аналізу його функціонального навантаження.

Соціальні характеристики туризму реалізуються через виконувани їм функції, що характеризують його вплив на людей та відносини між ними у соціумі:

1. Функція соціалізації. Туристичні подорожі є важливою складовою механізму освоєння людиною соціально-культурного простору, що робить його соціально важливим видом людської активності. Туризм з точки зору соціалізації людини дає їй можливість адаптуватися до норм поведінки й ціннісних орієнтирів нового для особи соціально-культурного середовища.

2. Рекреаційна функція – спрямована на відтворення духовних і фізичних сил людини через контрастну зміну оточуючого середовища та/або виду активності. Рекреаційна функція туризму має орієнтацію на задоволення споживача. Саме рекреаційна функція стала основною у сучасному туризмі, оскільки уявлення про якісний відпочинок сьогодні є невід'ємним від уявлення про туристичну подорож.

3. Рекламна функція тісно пов'язана із попередньою – рекреаційною, що пов'язано із трендами у розробці та просуванні туристичних продуктів на засадах використання традиційних рекламних технологій. При плануванні подорожі турист намагається одержати повну й достовірну інформацію про пропонувані туристичні продукти, яка надається його продавцями та організаторами у формі й вигляді рекламних повідомлень про туристичні послуги та рекреаційні ресурси певного туристичного регіону. Рівень задоволення туриста продуктом, насамперед, визначається відповідністю рівня якості наданих послуг, заявленому у рекламному повідомленні.

4. Комунікативна функція. Туризм, як спосіб передачі інформації є важливим фактором, що розвиває міжособистісні, міжсуспільні та міжкультурні комунікаційні зв'язки. В теперішній час значення цієї функції є дуже великим, Культурний простір культури іншого регіону чи країни є джерелом нової інформації й формує комунікативні зв'язки у процесі туристичної подорожі, як на рівні особистостей, так і на рівні суспільств й різних культур. Туризм допомагає передавати інформацію, як вербально, так і через дії, поведінку та інші засоби. Туризм також є засобом збереження традицій й культурної спадковості й передачі їх соціально-комунікативними засобами.

5. Гедоністична функція – функція формування й задоволення потреб туристів. Туристичні подорожі по різних територіях та культурно-історичних місцях, ознайомленням із знаковими пам'ятками, пов'язані із відпочинком, надають можливість отримати задоволення від туристичної діяльності.

З цієї точки зору туризм є складною системою біо-, психо- та соціогенних характеристик мотивації та потреб людини. Формування й задоволення туристичних потреб є базисом туристичної сфери як соціально-економічної системи.

6. Медіативна (посередницька) функція – забезпечує протікання процесу історико-культурної спадковості й виражається у закріпленні результатів соціально-культурної діяльності людей, нагромадженні, систематизації й збереженні інформації. Міжнародний характер туристичної активності відповідає соціальному устрою суспільства, забезпечує єдність його різномірних складових.

7. Когнітивна функція є однією з найбільш важливих функцій туризму, що пов'язана із пізнанням культур інших країн та регіонів, розширенням світогляду людини, її духовним збагаченням. Можливість на практиці проявити свої здібності й навички в незвичайній ситуації стимулює пізнавальну активність туриста.

8. Економічна функція – полягає у тому, що туризм є однією з найбільш динамічно-розвинених сфер економіки. В теперішній час туризм є великою індустрією, що включає в себе різні види економічної діяльності, підприємства й організації всіх форм власності, що займаються наданням туристичних послуг та організацією відпочинку.

Функції туризму тісно пов'язані із соціально-культурним розвитком суспільства, його ціннісними орієнтаціями й пріоритетами. Взаємозв'язок, проникнення та збагачення транснаціональних форм світової культури відбувається у тому числі й завдяки обміну соціально-культурною інформацією між туристами [1].

Соціокультурний потенціал туристичної сфери – це можливість задоволення нею соціально-культурних потреб людей у туристичних послугах.

Культурний туризм є специфічним способом освоєння культурної спадщини. Цей вид туризму відповідає об'єктивним трендам гуманізації, становленню культури як своєрідного ресурсу розвитку груп людей та територій. Основою культурного туризму є культурно-історична спадщина народу чи певної території, зокрема пам'ятники, історичні місця, звичаї та традиції, вірування, фольклор, ремесла й ін., а також різноманітні види та форми інтерпретації й подання цієї культурної спадщини [3].

Метою культурного туризму є формування ціннісних орієнтацій людей. Її успішна реалізація зумовлюється дотриманням таких принципів туристичної діяльності, як: принцип цілісності цілей, форм, інструментів формування цілісних орієнтацій; принцип мотиваційності, який спрямовує суб'єкти туристичної діяльності на її самовдосконалення через створення й поширення цінностей нового постіндустріального суспільства, сучасних моделей поведінки, що сприяють адаптації до змінних умов у сучасному світі; принцип

дотримання особистісно-діяльнісного підходу, який багато в чому визначає результативність відтворення життєвих сил людини, її самореалізації в умовах подолання невизначеності суспільних норм та цінностей, зміни статусу особи; принцип єдності соціально-культурного впливу й процесу саморозвитку людини, який визначає формування системи внутрішніх стимулів поведінки особи у відповідності із сформованими ціннісними орієнтирами [6].

Висновки. Отже, взаємопов'язані структурні елементи туризму як виду дозвілєвої діяльності – рекреаційний, інформаційно-комунікаційний та культурно-освітній – формують ключові напрямки туристичної діяльності та набір її функцій. Сукупність функцій туризму забезпечують особистісно-орієнтований та особистісно-діяльнісний підходи до створення й розвитку ціннісних орієнтирів людей, визначаючи їх складові, такі як гуманізм, культура, саморозвиток. Різні форми й види туристичної діяльності не лише роблять її привабливою для різних верств населення, дають можливість врахувати їх індивідуальні особистісні переваги, соціальний та матеріальний стан, але й збагачують духовний світ людей у спільності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Борушак М. А. Стратегія розвитку туристичних регіонів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.05. Львів, 2008. 35 с.
2. Гарбера О. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–31.
3. Кушнар'єв В. В. Туристична реклама в соціокультурному просторі сучасної України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. культур. : 26.00.01. Київ, 2010. 15 с.
4. Любаров Ю. Й. Розвиток туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.05. Одеса, 2021. 23 с.
5. Маклашина Л. Роль інновацій в розвитку туризму. *Креативная экономика*. 2011. № 12 (60). С. 130–136.
6. Пеклун О. Сприяння органів державної влади створенню позитивного іміджу країни в міжнародному туристичному просторі. *Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології* : зб. наук. пр. Херсон, 2011. № 1. С. 186–192.
7. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 325/95-ВР. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>. (дата звернення: 17.04. 2022).