

---

УДК 379.8.095

**Гарбар Г. А.**

*Доктор філософських наук, доцент, завідувач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Київського національного університету культури і мистецтв (Миколаївська філія)*

## **ТУРИЗМ ЯК СОЦІОЕТИЧНИЙ ЧИННИК СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ УКРАЇНИ**

Показано, що туризм своїми культурними засобами та соціальними орієнтаціями є одним із вагомих чинників узгодження суспільних та індивідуальних інтересів, запровадження коеволюційного типу взаємин суспільства і природи, мінімізації суспільного зла, впровадження антикризової стратегії сталого розвитку, забезпечення миру на Землі. Розкрита концептуальна сутність і основні форми прояву «відповідального туризму» в сучасних соціальних практиках.

Ключові слова: соціоетичний чинник, туризм як соціальний інститут, «відповідальний туризм», комунікативна культура, туризм як канал «народної дипломатії», «професійна етика».

Постановка проблеми та її актуальність. Сама постановка питання про «філософію туризму» потребує роз'яснення щодо його доцільності і обґрунтованості. За нашим переконанням термін «філософія» може коректно вживатися лише за умов, коли за його допомогою певне явище (природне, соціальне, ментальне) характеризується у його світоглядному значенні для людини і суспільства в цілому. Саме у такий спосіб свого часу виникли і «легалізувалися» словосполучення «філософія природи», «філософія техніки», «філософія медицини», «філософія життя». Втім, мабуть, доцільніше було б вживання інших визначень — «філософські проблеми» (техніки, медицини, військової справи, біології тощо). Сучасна соціогуманітарна література, насамперед белетристична, демонструє і зразки повної «довільності» застосування слова «філософія»: «філософія інформаційної епохи», «філософія захисту навколишнього середовища «третьої хвилі»», «філософія грошей», «філософія бізнесу». Значного поширення в літературі туристського призначення набуло словосполучення «філософія туризму». З цього визначення зрозуміло, що в ньому поняття філософії підмінюється характеристикою етичних вимог

до працівників туризму, визначенням деяких функціональних особливостей їх фахової діяльності.

Зазначена особливість новітньої філософії пояснює той факт, що діапазон вживання філософських визначень до різноманітних реалій суспільного життя та людської діяльності істотно розширився. Особливо це стосується такої галузі філософської теорії, як соціальна філософія. В цьому контексті цілком правомірна проблема «філософії туризму» (або філософські аспекти туризму). Вона виступає як важлива складова більш загального теоретичного утворення теорії туризму («туризмологія») — специфічної соціоекономічної і соціогуманітарної дисципліни. Туризмологія (туризмознавство) містить у собі, до речі, технологічну частину, яка має синтетичний характер і характеризується розгалуженими міждисциплінарними зв'язками.

Аналіз наукових праць, присвячених проблемі. Про необхідність розробки «туризмології», зокрема, йшлося на Міжнародному форумі АМФОРТ (лютий, 2000 р. ). Його учасники — французькі теоретики туризму Серж Перро та Жан Мішель Оернер підкреслюють, що на форумі йшлося не тільки про різні підходи до теоретичних досліджень туризму — «теоретичні моделі туризмології», а й водночас і про те, що теорія туризму має сприяти розвитку туристичної індустрії. При цьому зазначалося, що сама ця «індустрія» розуміється широко — як соціальна та індивідуальна діяльність, яка охоплює найрізноманітніші галузі і форми суспільної культури.

Наукове осягнення туризму відбувалося в руслі загальнокультурної і філософської традиції осмислення впливу подорожей, як одного із найдавніших форм людського буття на суспільне життя. В цьому плані велике методологічне значення мають рефлексії над феноменом подорожей філософів, істориків, письменників, географів, державних діячів, дипломатів. Цінні спостереження і узагальнення щодо подорожей, їх соціального і культурного значення належать Сократу, Фалесу, Піфагору, Платону, Аристотелю, Марко Поло, Мішелю Монтеню, Блезу Паскалю, Френсісу Бекону, Франсуа Вольтеру, Григорію Сковороді, Жан-Жаку Руссо та багатьом іншим.

Особливо гостро нині стоять питання дослідження своєрідної природи моральних та соціальних цінностей туризму, що засвоюються людиною в процесі її соціалізації, мають орієнтуючу значущість для індивіда. Важливими в цьому плані є соціально-філософські твори, в яких розкривається сутність моральних засад людської життєорієнтації. В працях видатних філософів — М. Бубера, Е. Левінаса, С. К'єркегора,

Ж.-П. Сартра, М. Гайдеггера міститься глибока характеристика сучасної «ситуації людини», її спроби подолати «владу повсякденності», вирватися із «обіймів» «несправжнього існування», в тому числі засобами подорожей.

Мета статті полягає у здійсненні концептуального осмислення туризму як соціоетичного чинника суспільного життя в контексті формування культури особистості.

Виклад основного матеріалу. Туризм є багатоплановим соціокультурним феноменом, який пройшов шлях від практики подорожей, мандрівок до статусу впливового соціального інституту, глобального чинника розвитку цивілізації.

Соціально-філософський підхід дає можливість представити туризм в якості специфічного соціального феномену та суспільного інституту, особливої суспільної інфраструктури, окремої ланки системи соціальних відносин, помітного чинника розвитку та вдосконалення суспільства. Це не викликає заперечення. Однак традиційно туризм розглядався переважно як індустрія виробництва і реалізація послуг населенню. Але ж роль туризму в сучасному суспільстві не може обмежуватись лише економічним змістом. Як ключовий елемент соціальної інфраструктури він сприяє формуванню соціальної культури, толерантності, в певній мірі пом'якшує протиріччя й знімає напругу у відносинах між народами. Розвиток туризму як соціального інституту сприяє реалізації принципів відкритості, партнерства і кроскультурної взаємодії.

Подібно іншим соціальним інститутам туризм має свою специфічну структуру, яка включає в себе: розгалужену соціальну службу, для забезпечення робочими місцями мільйонів людей; систему подорожей та екскурсій; рекреацію, яка заснована на антропоцентричній парадигмі. Туризм впливовий провідник «народної дипломатії [7, с. 18–21]», важливий сегмент комунікативної культури. Базуючись на національних можливостях в рамках взаємозалежного і взаємопов'язаного світу, народна дипломатія сприяє зміцненню багатостороннього міжнародного співробітництва, посилює внесок народів в процес досягнення балансу спільних інтересів, забезпечує матеріальне і духовне взаємозбагачення і зміцнює мир та злагоду, сприяє національній і міжнародній безпеці [3, с. 291]. Туризм є суспільною сферою гостинності, яка з часом перетворилася на справжню індустрію, включає в себе численні готелі та інші засоби розміщення; засоби транспорту; центри харчування та розваг; місця пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення; підрозділи, які виконують туроператорську і турагент-

ську діяльність; а також організації, що надають екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів. Туризм також виступає невід'ємним елементом господарської діяльності, це складний міжгалузевий комплекс, де формується і реалізується туристський продукт, він виступає особливим видом економічної, підприємницької, бізнесової діяльності, як сфера відпочинку людей, спосіб життя, своєрідне хобі тощо.

В осмисленні туризму як соціального чинника важливе місце займає проблема інституалізації туризму та його впливу на соціальні процеси в суспільстві. Застосовуючи системний підхід можна визначити сутність цих впливів. Головними є соціально-інтегративна (внутрішня) та глобалізаційно-інтегративна (зовнішня) складові. Туризм сприяє встановленню, розвитку, відтворенню і продовженню соціальних зв'язків і пов'язаних з ними усталених форм діяльності, які утворюються в результаті реалізації спільних інтересів на суспільно-національному та глобальному рівнях. Такими спільними інтересами в туризмі виступають соціальна злагода, безпека, збереження територіальної та політичної цілісності суспільства. Реалізація цих інтересів забезпечує створення доброзичливої мережі відносин між людьми як суб'єктами культури співіснування.

Через соціально-економічну складову туризм забезпечує зайнятість населення і рост його прибутків, підтримання та відновлення рекреаційних зон регіону. Відбувається утворення середнього класу, продукування нових соціальних ролей, соціалізація і ресоціалізація місцевого населення, розвиток і збагачення соціальної структури.

Аналізуючи соціально-інтегративну складову туризму, слід зазначити що завдяки туризму суспільство стає більш інтегрованим, суспільнопередбачуваним, таким що відповідає критеріям сталого розвитку. Ця особливість туризму акцентовано показана в Глобальному етичному кодексі (Сантьяго) та в документах ВТО, що характеризують правові засади регулювання туризму. Через знайомство з новим соціокультурним простором відбувається розмивання національних, релігійних та інших стереотипів, забезпечується соціальна взаємодія; посилюється взаємна відповідність окремих елементів соціальної структури. Дана потреба задовольняється в особливій формі—через відвідування, безпосереднє сприйняття і переживання різних культур у різних місцях, коли особисто побачене назавжди стає надбанням, приналежністю думки і почуттів людини, розширюючи обрії її життєвого простору.

Туризм є засобом соціалізації людини, під час туристичної подорожі відбувається процес засвоєння індивідом системи знань, норм, цінностей, що дозволяє йому функціонувати як повноправний член суспільства,

який духовно освоює і духовно присвоює культуру світу. Туризм допомагає індивіду або групі засвоювати ціннісні орієнтації і загальні норми поведінки, перетворювати їх у мотиви і діяльнісні принципи соціальної активності. В результаті відбувається інтерналізація особистості.

Культурно-моральна складова забезпечує формування нової «соціальної етики», етизацію і гуманізацію туристського бізнесу [5, с. 173–175] в душі неопрагматизму. Найважливішим є те, що туризм, може стати одним із чинників ствердження універсальної етики, яка своєю чергою є вектором спрямування глобальних гуманістичних цінностей. Адже, спілкуючись, народи більше пізнають одне одного, доходючи висновку, що окрім відмінностей і самотностей існує також значна спорідненість, таке пізнання уможливорює ставлення до цих відмінностей і самотностей з повагою. Туризм є одним із чинників ствердження прав людини, це засіб народної дипломатії, коли спілкування між народами стає на заваді воєнних конфліктів, тобто є стратегічною раціональною у своєму граничному прояві. Через функцію «народної дипломатії» туризм дає можливість забезпечити різноманітні контакти у туристському процесі сприяти встановленню добросусідських стосунків, як між окремими громадянами, так і народами різних країн. Адже людські взаємини в туризмі безпосередні, щирі, прозорі, «теплі». В цьому відношенні великим гуманістичним потенціалом наділені такі різновиди туризму, як «соціальний», «родинний», «молодіжний», «релігійний», «ностальгічний», спортивний, а також туризм для людей «третього» віку, інвалідів. Можна цілком погодитися із твердженням французького професора М. Бідо про те, що «туризм співзвучний гуманізму» [4, с. 18].

Туризм—це усвідомлений вибір і діяльність людини, у процесі якої реалізуються вкрай важливі змістоутворюючі функції формування особистості: самопізнання і самореалізація, культурний, духовний і моральний розвиток індивіда. В процесі туристської діяльності, під час здобуття безцінного соціального досвіду спілкування, адаптації і соціалізації формуються особистісні риси людини. У зв'язку з цим можна зробити важливі висновки про соціальну значущість туризму в житті як окремо взятої людини, так і людської спільноти в цілому.

Розширення взаємодії соціальних суб'єктів, в тому числі і цілих соціумів в існуючому глобальному просторі здійснюється через крос-культурно-комунікативну функцію. Формулюючи мету і спосіб цієї взаємодії можна сказати наступним чином: щоб запобігти низці соціальних, соціально-екологічних та глобально-екологічних криз та катастроф, необхідно гармонізувати практично-мотиваційні взає-

мини між індивідами, індивідом та суспільством, а також між різними соціумами та групами соціумів у глобальному масштабі. Саме туристські комунікації дозволяють встановлювати стосунки невимушеного, добровільного спілкування, заснованого саме на довірі, щирості, добродійності. Туризм здатний приміряти конфронтуючих, розв'язувати конфлікти, його комунікативні можливості дозволяють досягати «інтерсуб'єктивного узгодження смислу».

Головним засобом забезпечення міжкультурних зв'язків в туризмі є культура людських взаємин, цивілізаційний спосіб спілкування. На думку визнаних авторитетів в галузі філософських гуманітарних наук, таких як К.-О. Апель, Ю. Габермас, Дж. Роулс, А. Макінтайр, Р. Рорті саме культура комунікацій на початку XXI ст. перетворюється на загальнолюдську норму мислення та поведінки, на «світову етику». Особливе місце у розробці комунікацій ми зустрічаємо у працях таких німецьких філософів як Ю. Габермаса: «Теорія комунікативної дії», в якій розгортається «комунікативна поведінка» (діяльність) індивіда у її власне комунікативному значенні; К.-О. Апель, який наполягає на важливості аксеологічно-нормативного виміру людської поведінки, принципи комунікативного взаєморозуміння.

Потрібно зазначити, що найкращий спосіб знайомства з культурою країн і народів відбувається завдяки соціокультурним комунікаціям в туризмі. Пов'язаний із явищами глобалізації туризм передбачає регулярні контакти у різних сферах між представниками різноманітних культур. Завдяки цим багатоманітним контактам відбувається взаємодія соціокультурних цінностей, способів життя, світоглядних орієнтацій та практичних інтенціональностей великих груп людей, що належать до різних соціальних організацій.

Як зазначає К. Ясперс, відбувається формування єдиного взаємозалежного світу, в якому, як вважає він, ніде не може відбутися нічого, щоб воно не зачіпало інших [8]. До цього слід додати наявність таких засобів зв'язку та інформації як радіо, телебачення, комп'ютерні системи, за допомогою яких видатні наукові досягнення та художні твори, нові форми соціального та політичного життя дуже швидко стають надбанням усього цивілізованого світу. Як ніколи активно культури взаємопроникають одна в одну. П'єр Тейяр де Шарден, говорячи про «планетизацію» людства, зазначав, що народи і цивілізації досягли такого ступеня периферійного контакту, або економічної взаємозалежності, або психічної спільності, що далі вони можуть зростати лише взаємопроникаючи один в одного [1].

Безсумнівно, що така інтенсивна взаємодія та комунікація представників різних соціумів інтенсифікує взаємодію систем цінностей індивідів та соціальних груп, вдосконалює засоби та мову їхньої взаємодії та взаєморозуміння, виробляє спільну основу в їхніх життєвих орієнтаціях, мотиваціях та цінностях, сприяє можливості більшої координації їхніх дій у різних сферах суспільного життя—економічній, політичній, екологічній, культурній.

Все це вимагає розв'язання низки практичних завдань та питань соціокультурної комунікації одночасно. Міжкультурна компетентність сприяє виробленню практичних навичок соціокультурних комунікацій із представниками інших культур, дозволяє вивчати традиції представників інших культур та максимізувати співробітництво та взаєморозуміння.

Спілкування в туризмі як безпосередні суб'єкт-суб'єктні відносини визначаються насамперед цілями і цінностями, на які орієнтується подорожуючий. Воно являє собою форму творчої активності, яка допомагає виявити і розкрити різні грані особистості. Саме спілкування сприяє самовираженню, реалізації і презентації свого внутрішнього світу, своєї людської гідності. Тому призначення і сенс спілкування в туризмі полягає у визнанні цінності іншої людини, як самої себе, і через це, — визначення своєї людської, моральної цінності, реалізації її.

Процес комунікації в туризмі — важливий гуманістично орієнтований аспект міжособистісної та міжсоціумної комунікації. Можна виокремити три основні стадії або етапи комунікативного процесу в туризмі. По-перше, — комунікація туриста у власному найближчому соціальному оточенні (сім'я, друзі) з приводу своєї майбутньої подорожі ще до початку її здійснення. По-друге, — комунікація з навколишнім природним середовищем і соціокультурним середовищем під час самої туристичної мандрівки. Саме тут відбувається безпосередня комунікація між представниками різних народів, соціумів, культур. По-третє, — комунікація туриста у власному первинному соціальному середовищі після повернення з подорожі. Причому треба зазначити, що міжкультурна міжособистісна комунікація не зникає після повернення туристів з подорожі, а триває в їхньому власному соціокультурному середовищі у «знятому» вигляді.

Духовно й культурно збагачені після подорожі, туристи переносять міжкультурний, міжцивілізаційний комунікативний процес у власний соціокультурний простір, реінтерпретуючи сприйняті під час подорожі запозичені, а також експліковані завдяки міжкультурному діалогу власні колективно-позасвідомі соціокультурні моделі. Такий діалог

культур робить кожну з них більш універсальною, більш креативною, більш інтегрованою у глобальний соціокультурний мультиверсум. Разом з цими процесами виробляється універсальна мова глобальної комунікації, яка охоплює не тільки економічну, політичну, наукову, торговельну, правову, а й чуттєво-емоційну та світоглядно-смыслову сфери. Причому така універсальна мова аж ніяк не нівелює культурну самобутність на особистісну індивідуальність найрізноманітніших суб'єктів цієї комунікації.

Міжнародним співтовариством цей процес найвірогідніше сприймається як формування, функціонування та розвиток певної інфраструктури, яка, з одного боку, забезпечує постійний безпосередній контакт соціокультурних систем різних народів, а з іншого боку, в цій взаємодії поступово формується єдиний глобальний соціокультурний простір при збереженні самобутності національних культур.

Отже, туризм — стимулятор міжнаціональних контактів і глобалізації соціального життя. Він не тільки зближує народи, але й сприяє певній цивілізаційній уніфікації — стандартизації суспільного життя в різних куточках планети на принципах запозичення найбільш сприятливих розумінню загальнолюдських цінностей критеріїв облаштування соціального життя інститутів [2, с. 9–39]. Як зазначає Е. Слободенюк, туристична комунікація є одним із найпотужніших чинників встановлення довіри між народами та гуманізації відносин між ними [6, с. 41–57].

Висновки. Туризм як соціальний інститут системно, комплексно впливає на всі сфери суспільного життя сприяючи його розвитку, ускладненню і вдосконаленню. Доведено, що в структурі цього впливу визначальними є: глобалізаційна (туризм як чинник загальноцивілізаційних процесів, діалог національних культур); соціально-економічна (зростання добробуту, боротьба з бідністю); соціально-інтегративна (утворення середнього класу, продукування нових соціальних ролей, соціалізація і ресоціалізація місцевого населення, розвиток і збагачення соціальної інфраструктури); культурно-моральна (становлення нової «соціальної етики», етизація і гуманізація туристського бізнесу) складові. Доведено, що туризм є одним із впливових каналів трансляції загальнолюдських цінностей добросусідства, взаємовизнання та взаємоповаги, які фокусуються у морально-культурному спілкуванні, утворюючи «мультикультурний простір», в якому відбуваються діалогові контакти індивіда зі світом «Іншого». Туризм своїми економічними, моральними засобами та соціальними орієнтаціями сприяє узгодженню



суспільних та індивідуальних інтересів, запровадженню коеволюційного типу взаємин суспільства і природи, мінімізації соціального зла, забезпеченню тим самим антикризової стратегії стабільного розвитку.

### Список використаних джерел:

1. Де Шарден П. Т. Феномен человека (планетаризация людства) / П. Т. Де Шарден. — М.: Наука, 1987. — 240 с.
2. Квартальнов В. А. Биосфера и туризм: Глобальное взаимодействие и экология, география научных исследований территорий туристского назначения, культура мира, системы туристских миграций, педагогика, социология и стратегия управления: [В 5т. ] / В. А. Квартальнов. Т. 3 Социальное пространство спорта и туризма. — М.: Наука, 2002. — 434 с.
3. Житнигор Б. С. Туризм: загадка притягательности путешествий и торговля эмоциональным познанием / Б. С. Житнигор, В. В. Павлов // Индустрия туризма. Книга 1: Искусство удивлять. — Бендери: Полиграфист, 2008. — С. 9–39.
4. Пазенок В. С. Філософія туризму / В. С. Пазенок // Філософія туризму: навч. посіб. — К.: Кондор, 2004. — С. 7–28.
5. Сапожник Г. Туристський бізнес—етичний критерій / Г. Сапожник // Туризм у XXI столітті: тенденції і регіональні особливості: Матеріали II-ої Міжнародної науково-практичної конференції (10–11 жовтня 2001 р. ) / Редкол.: Цибух В. І. (голова) та ін. — К.: Знання України, 2002. — С. 173–175.
6. Слободенюк Е. В. Гуманізація: філософські засади розвитку міжнародного туристичного співробітництва в умовах глобалізації / Е. В. Слободенюк // Наукові записки КІТЕП: Щорічник / Редкол.: Пазенок В. С. (голова) та ін. — К.: Знання України, 2002. — Вип. 2. — С. 41–57.
7. Федорченко В. К. Туризм і народна дипломатія / В. К. Федорченко // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (10–11 жовтня, 2001 р. ) / Редкол. В. І. (голова) та ін. — К.: Знання України, 2002. — С. 18–21.
8. Ясперс К. Истоки истории и ее цель / К. Ясперс // Смысл и назначение истории. — М.: ИПЛ, 1991. — 215 с.

Стаття надійшла до редакції 17.01.2014 р.

Гарбар Г. А. Туризм как социоэтический фактор общественной жизни Украины

Показано, что туризм своими культурными средствами и социальными ориентациями является одним из весомых факторов согласования общественных и индивидуальных интересов, внедрения коэволюционного, типа взаимоотношений общества и природы, минимизации общественного зла, внедрения антикризисной стратегии устойчивого развития, обеспечения мира, на Земле. Раскрыта концептуальная сущность и основные формы проявления «ответственного туризма» в современных социальных практиках.

Ключевые слова: социоэтический фактор, туризм как социальный институт, «ответственный туризм», коммуникативная культура, туризм как канал «народной дипломатии», «профессиональная этика».

Garbar G.A. Tourism as socio-ethical factor of social life Ukraine

It was shown that tourism according to its cultural means and social orientations is one of the important factor of promotion of peace on Earth, coincidence of social and individual interests, providing of co-evolutional type of connections of society and nature, minimization of social evil, indoctrination of anti-crises strategy of stable development. In dissertation expose conceptual essence and main forms of reveal of «responsible tourism» in modern social practice.

Key words: social-ethical factor, tourism as social institute, «responsible tourism», communicative culture, tourism as the canal of «people diplomacy», «professional ethics».

© Гарбар Г. А., 2014