

References

1. Berdjaev N. Jeros i lichnost' (Filosofija pola i ljubvi) / N. Berdjaev. – М.: Prometej, 1989. – 159 s.
2. Vladimirov A. Kumran i Hristos / A. Vladimirov. – М.: «Belovod'e», 2002. – 765 s.

Matveev V. A., Ph.D., professor of philosophical anthropology, National Pedagogical Dragomanov University, full member (academician) of the International Academy of the safety culture, environment and health (Ukraine, Kyiv), vitaliyatveev@mail.ru

Self-realization of personality in comparison Christian and Hinduism paradigm

In the article the autor tries comprehensively investigate one of the cardinal issues of our time – the problem of self-realization in the religious sphere, in particular, in the comparative analysis of Hinduism and Christianity. The author of the article tries to prove that religion is the first form of self-realization.

Comparing Hinduism and Christianity in the religious and philosophical meaning, author of the article is trying to, first and foremost, find a common position in these two religions, and on this basis re-establish a coherent system of personal fulfillment in the religious paradigm. Comparative analysis is realized in the historical, ontological, theological-anthropological, physical, moral, psychological and spiritual dimensions.

Particular attention in the article research aimed at analysis of feature of spiritual practice which plays a major role in improving the human personality in the religious sphere

Keywords: self-actualization, personality, Esotericism, Christianity, Hinduism, spirituality, samadhi, yoga, Christian mysticism, meditation.

Матвеев В. А., доктор философских наук, профессор кафедры философской антропологии, Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова, действительный член (академик) Международной Академии культуры безопасности, экологии и здоровья (Украина, Киев), vitaliyatveev@mail.ru

Самореализация личности в сравнении христианской и индуистской парадигмы: основные подходы

Автор пытается комплексно исследовать одну из кардинальных проблем современности – проблему самореализации личности в религиозной сфере, в частности, в сравнительном анализе индуизма и христианства. Автор статьи пытается доказать, что именно религия является первой формой самореализации личности.

Сравнивая индуизм и христианство в религиозно-философском плане, автор статьи пытается, в первую очередь, найти общие положения в этих двух религиях и на основе этого воссоздать целостную систему самореализации личности в религиозной парадигме. Сравнительный анализ реализуется в историко-культурном, онтологическом, теолого-антропологическом, физическом, морально-психологическом и духовном измерениях.

Особое внимание в статье уделено анализу специфики духовной практики, которая играет главную роль в совершенствовании человеческой личности в религиозной сфере.

Ключевые слова: самореализация, личность, эзотерика, христианство, индуизм, духовность, самадхи, йога, христианский мистицизм, медитация.

* * *

УДК 291.37:796.5

Приймак Д. Й.,
пошукувач, Національний педагогічний
університет ім. М. П. Драгоманова
(Україна, Косів), Pryimak_Dmytro_art@ukr.net

ГЛОБАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПАЛОМНИЦТВО ДУХУ (Дж. Уррі)

Джон Уррі відомий як автор вкрай широкого метафоричного типу мислення, який універсалізує категорію «туризм» до всезагального феноменологічного образу конструювання світу. Можна стверджувати, що в рамках глобалізації та універсалізації цієї категорії, він виходить не лише за рамки туризму, а й за рамки культури. Тобто, перед нами своєрідна метапозиція, де туризм визначається як новітнє паломництво в царину віртуальних медіа, сучасних технологічних засобів медіакультури, але сама категорія «туризм» визначається як певне паломництво.

Ключові слова: туризм, глобалізація, універсалізація, медіакультура.

Паломництво імпліцитно існує в теорії «глобального туризму» Дж. Уррі як факт усунення простору. Усунення всіх можливих місць і знаходження в тотальному місці задоволення, яке тут же отожднюється з, так званою,

«рефлексією туризму», яка визначається як універсальний погляд на життя.

Відчуття стислого простору виникло частково завдяки швидким потокам подорожуючих і туристів, що фізично переміщуються з місця на місце. «В іншій своїй роботі, – пише Д. Уррі, – я провожу різницю між віртуальним мандрюванням Інтернет, уявними переміщеннями за допомогою телефона, радіо і телебачення та подорожжю «во плоті» по інфраструктурах глобальної індустрії туризму. За останні десятиліття об'єм руху значно виріс. Хоча немає ніяких свідочств про те, що віртуальні та уявні мандри заміщують реальні, але, безумовно, між ними існують складні перетини і різниця починає все більше і більше стиратися» [7, с. 136–137].

Виникає питання, а якщо вона стирається, то чи може віртуальна пригода, подорож замінити фізичну? І так, і ні. Може замінити на феноменальному рівні, але на рівні досвіду та онтології обміну місць, звичайно, ця підміна не відбувається. Дж. Уррі свідчить про те, що світ, який сприймає турист і який утворюється саме в контексті туристичної діяльності отожднюється зі світом масової культури в цілому.

Проблема прощі та туризму аналізувалася у дослідженнях З. Баумана, С. Житеньова, В. Заблоцького, Р. Захаровой, А. Зейб, Дж. Уррі [1; 2; 3; 4; 5, 7], адже мало визначені культурологічні аспекти інституалізації культурних практик.

Мета статті – визначити культурологічний контекст формування культурних практик прощі та туризму в контексті глобалізаційних проблем.

«Таке всезагальне поглинання має передумовою ріст туристичної рефлексії, що формує дисципліни, процедури, критерії, які дозволяють кожному будь-якому місцю в рамках виникнення зразків глобального туризму направляти, оцінювати і розвивати свій туристичний потенціал. Така рефлексія дає можливість ідентифікувати конкретне місце в історичних, географічних та культурних координатах, що опоясують Землю і визначити його суттєві і потенційні матеріальні і семіотичні ресурси. Одним із елементів туристичної рефлексії є інституалізація досліджень туризму, поява нових монографій, посібників, екзотичних конференцій, відділів, журналів, включаючи ті, що виникли в 90-ті рр. Відкрилась множина консултуючих фірм, пов'язаних з місцевими національними та міжнародними державними структурами, компаніями, добровільними асоціаціями і національними географічними громадами, – відмічає Дж. Уррі [7, с. 137].

Отже, категорією рефлексії визначається весь простір і весь тип виробництва інформації щодо туристичної діяльності. Але рефлексія визначається також і у суто культурно-феноменологічному вигляді та структуруванні як рецепція, бачення, тип осмислення і відношення до місць, ландшафтів, оточуючого людину простору. Ландшафт може бути штучним, віртуальним, натуральним, але – це динамічний ландшафт планетарного масштабу, який завжди асоціюється з ідеєю земної кулі в цілому.

Д. Уррі пише: «Для «погляду туриста» важливо, що ряд обставин переводить проблему туризму із області маргіналії глобального порядку (і чисто економічного інтересу) ледве не в центр світу, що виникає як «динамічна сучасність». По-перше, туристичні інфраструктури створюються в самих неочікуваних місцях. Зрозуміло, більшість людей не є глобальні туристи, а швидше мешканці, але це зовсім

не означає, що ті місця, в котрих вони живуть, та пов'язані з цими місцями образи природи, нації, колоніалізму, общинами і т.д. не стають важливими складовими хижацького глобального туризму. Навіть найнеочікуваніші напрями включаються в його сітку – Аляска, Аувшвіц–Беркенау, Антарктида, особливо в період святкування Мілленіуму, Шангі Джайл в Сінгапурі, місця нацистської окупації Ламаншу, Дехау, зруйновані вугільні шахти, Куба, в особливості її «колоніальна» та «американська» спадщина, Ісландія, Монголія, Еверест, Північна Ірландія, Північний Кіпр, Пірл–Харбор, Росія, Роббен–Айленд в Південній Африці, Сараєво, космос, «Титанік», В'єтнам і т.п. В ряді випадків формування туристичного напрямлення – частина рефлексивного процесу, засобами якого суспільство і місця вступають в глобальний порядок (або повертаються в нього, як Куба в 90–х») [7, с. 138].

Отже, слід конкретизувати саму категорію «рефлексія». Сучасні автори типологію рефлексивної діяльності як «рефлексію з середини практики», що характеризує ту чи іншу діяльність і свідчить про рефлексію, яка описується в обмеженому просторі цієї діяльності. Такою є рефлексія і теорія туристичної діяльності, яка описується в категоріях маркетингу, менеджменту і не виходить за рамки маркетингу–мікс. «Рефлексія над практикою» виводить поняття туристичної діяльності в культуру, широкі соціологічні експлікації, а також в контекст інших діяльностей, зокрема реклами, дизайну та ін. «Рефлексія в себе» свідчить про широкий простір рефлектуючого туриста, який визначається тим, що Дж. Уррі визначає як «погляд туриста», його сферу бачення. Втім бачення тут універсалізується до етичного, естетичного, культурологічного і іншого зразка інтерпретації реальності.

«Рефлексією туриста» стає глибинна інтроспекція, яка пов'язується з «рефлексією в інше», тобто з тими нормами, формами туристичної діяльності, які набувають харизматичних ознак і визначаються як прерогативи проведення самої діяльності [7]. Тобто, йдеться про те, наскільки універсальний туризм стає не лише екстремістською експансією в будь-якій сфері культури і дестинації, тобто географічні зони, які приваблюють туристів, але йдеться й про те, наскільки туризм стає моделлю світобудівного характеру, наскільки сам погляд туриста як інтроспекція, стає екстерорецептивним простором моделювання будь-якого бачення в культурі. Саме про це і намагається писати Дж. Уррі, і саме такий глибинний пошук, поєднує інтероцепцію та екстероцепцію.

Втім сфера глобального туризму більше пересікається з глобальною «економікою знаків», втручаючись в різні простори споживання. «В її межах знаходиться більшість інститутів, форм взаємодії, котрих важко запобігти. До них відносяться транспортні перевезення, готельний бізнес (в тому числі і секс–туризм), мандри, дизайн, консультування, виробництво образів, об'єктів глобального туризму, глобальних символів (таких, як Ейфелева вежа), типових картин (всесвітній пляж), глобальних знаків (балійські танці), репрезентація і циркулювання образів ЗМІ через друк, телебачення, новини, Інтернет, організацію будівництва і розвитку туристичної інфраструктури та ін.» [7, с. 139].

Ми бачимо, що туристична індустрія стає тотальним глобальним бізнесом, а він вже корелює з бізнесом знаків, символів і всього того, що Дж. Уррі визначає як

рефлексивні константи. Важливо зазначити, що бренди, логотипи і весь піар–інструментарій, який пов'язаний з рекламо–туристичною діяльністю, в певній мірі створює той простір культури, що характеризується як глобальний туризм. «Коловорот глобального туризму, – пише Д. Уррі, – безчисленними способами втягує в себе людей і місця. «Глобальне» і «туризм» – не два окремих поняття, поєднані за допомогою зовнішніх зв'язків, швидше, кожне з них – частина системи складних взаємопосланих процесів. Більше того, подібні інфраструктури, потоки людей і образів і сама практика туристичної рефлексії повинні бути осмислені в єдності як певний глобальний гібрид, що розповсюджується земною кулею. Тут можна визначити аналогію з іншими глобальними гібридами, такими як Інтернет, автомобілізм, всесвітня фінансова система і ін., котрі розвиваються, перетворюючи і створюючи глобальне» [7, с. 139].

Тобто, постає проблема виникнення цілком штучного ландшафту, який штучно трансформується, і ландшафту, який має природні оази як вставки, певну острівну онтологію, що оточується штучно створеними ландшафтами, які утворюють один антропогенний ландшафт. Тут і моделі різних парків, починаючи від архаїки і закінчуючи візуальними топозійомками, що стають ремейк в середовищі кінофільмів та ін. Це Діснейленди різних гатунків, вся сфера індустрії розваг, яка дає можливість мімікрії чуттєвості, тобто орієнтації в просторі, нової кінематика, яка в більшій мірі продукується віртуальними засобами трансформації візуальної інформації, і в певній мірі виводить людину за межі очевидного, буденного, що і можна визначити як «туристичний образ».

Фактично відбувається десакралізація, профонізація сакрального, але про сакральне тут мова не йде. Мобільний зір, захоплення екраном світу або світу з вікна, динаміка зору і сама кінематика зорових реалій свідчить про те, що мандрівник потрапляє в світ техноценозу, тобто технічних засобів утворення візуальних місць, а вони стають справжнім середовищем для існування. Отже, індикатором всіх мандрів (візуальних і психологічних) стає тілесна кінематика. Фактично вона є єдиним ціннісним ядром, без якого туризм неможливий.

Дається синестезійна характеристика конкретики місця, що наділене запахами, ландшафтом, рельєфом, особливою неповторністю місцевості, культурною аурую, естетичним чуттєвим простором та ін. Здається, що такий підхід є дуже важливим, але недостатнім. Він стає паломництвом у кінематику особливих станів. Цей підхід і це відчуття міста актуалізуються лише тоді, коли відбувається не просто дотик, не просто тілесна активність людини–споживача, тієї, що сприймає це місце (займається спогляданням або рецепцією), а відбувається обмін натурами, обмін місцями в бутті культурних ландшафтів.

Тобто ми бачимо, що, на відміну від З. Баумана, який описує паломництво, або прогулянку як опустелювання місць, як входження пустелі в домівку, де пустеля починається, буквально за дверима, тут відбувається перекрокування через пустелю. Пустеля не помічається, пустелею є погляд, який долає простір технологічно, синтетично, як завгодно колективно, разом із іншими мандрівниками, подорожуючими. І ця подорож стає надцінністю. В цьому сутність глобального туризму і погляду туриста. Тобто, технологія і індустрія туризму є

своєрідною метафорою перекрокування через пустелю, яка визначається як метафора паломництва, за З. Бауманом.

Що ж є маркером дотику до абсолюту? Пригодництво, гра. Абсолют знімається з п'єдесталу, місце «розшифровується» в прямому сенсі, а ця розшифровка виглядає як колективна спідвія, колективна феноменологія розшифровування місця, тобто його десакралізація у вигляді тілесних кінетичних актів, осягнення вершин, відкриття усіх дверей в усіх домівках і ін. Це є цілком прозорий, цілком універсальний і цілком екстенсивний тип туризму, що визначається як глобальний, а погляд туриста визначається як глобалізація самої феноменології або рефлексії туриста, за визначенням цього теоретика.

Ще один дослідник А. Тоффлер говорить про культуру кочівників, (нових кочівників), коли людина працює на одному континенті, адже кожен вечір долає межі континентів, перелітає через десятки тисяч кілометрів, ночує вдома, а вранці знову працює на іншому континенті. Це, так звані, кочівники новітніх просторових обставин можливі саме за умови технічної революції, технологічного прогресу. Але, чи можна назвати такий побут – подорожуванням? І так, і ні. Це не завжди нові, цікаві уявлення і образи – це вже клішований і шаблонований побут, в якому людина зникає до кави і чаю на одному континенті і стакану кави на іншому континенті.

Індустрія послуг поєднує в одній загальній чашці кави феномен присутності вдома та феномен його відсутності. Втім, фактично, не йдеться про той феномен, який можна визначити як тотальність. Але за ним стоїть тотальність самого пересування, технологія здійснення подорожей. Такий підхід, який поєднує технологію, візуальні артефакти, туризм, глобальність, тотальність пересування, мандри, подорож, можна визначити по-різному. Можна визначити як паломництво без паломництва, або перетворення святого місця на сцену, сцену презентації Абсолюту. Абсолютом може виглядати що завгодно: бажання, спокуса, імідж, модель парку (парку Юрського періоду, наприклад), модель презентації іншої культури, як острівна онтологія, тобто вигордка співбуттєвості західної цивілізації та східної, що завгодно.

Тобто сценізм, презентативність і водночас певне намагання перетворити весь світ на тотальну сцену (сценізм перетворюється в мультисценізм, або пансценізм, де всі місця стають однією великою сценою) з точки зору тотальності погляду, погляду бачення цієї сцени і тотальності типу споглядання – це потреба презентації туризму як туризму глобального. Це свідчить про той тотальний або глобальний туризм, який можна назвати також паломництвом в театр, великий театр або велику театрологію культури, звичайно, – масової культури.

Дж. Уррі пише «За останній час світ перетворився в глобальну сцену, на котру вийшли майже всі нації, що змагаються в бажанні привернути увагу до себе і залучити до себе якомога більше туристів. В цьому плані особливо показовим є такі інтернаціональні мегаподії, як Олімпійські Ігри, змагання за світові кубки, міжнародні виставки, що стали передумовою масового туризму і космополітизму. Вони свідчать про те, що національна ідентичність тепер все частіше визначається в термінах не лише локальної, але й глобальної сцени. І саме така сценічність утворюється як тілесна і уявна мандрівка, подорожування до мегаподій всередині глобального порядку. Крім того, в багатьох культурах, пересування

людей тягне за собою пересікання національних кордонів. В країнах, що розвиваються, сім'ї із рівнем, що зростає, створюють нові норми екстенсивної мобільності. Швидке збільшення глобальних діаспор розширює діапазон, ступінь і значення всіх форм подорожування для великих сімей і общин, розкиданих по світу» [7, с. 146].

Тобто, ми бачимо, що сам по собі технологічний конвеєр, технологічна мобільність засобів пересування земною кулею ще не свідчать про те, що подорожуючі утворюють культурні діаспори саме в туристичній діяльності. Цими діаспорами стають ті колективи, які утворюються під час подорожі. Більше того, цими діаспорами стають віртуальні спільноти, які утворюються під час віртуальної подорожі. Можна стверджувати, що проблема ідентичності, яку піднімає З. Бауман на новому технологічному рівні свого існування свідчить про островну онтологію культури, за Едгаром Мареном, тобто про діаспори культурного зразка, які пов'язані із туризмом і, зокрема, паломництвом.

Діаспора не може існувати без сакрального центру, без національних святинь, а це вже є елемент паломницької культури. Отже, якщо поглянути на будь-яку культуру, зокрема, на таку, як культура України, ми можемо побачити, яка складна, різноманітна, поліфонічна інфраструктура культурних осередків, культурних форм співіснування сповнює її регіони. Це свідчить про абсолютно інший тип розвитку культур, коли в діаспорі культура зберігає свої традиції, які вже втрачені на материковій культурі. Так, консервується мова, консервуються звичаї, консервуються традиції, і вже до ознайомлення з ними приїждять туристи з материкової країни і починають звертатися, знову – таки, до того втраченого ресурсу своєї культурної ідентичності, який вже не існує на материкі.

Так, в Україні існує достатньо встановлена законодавча база з проблем совісті та релігійних організацій. Поліконфесійність та поліетнічність України в певній мірі має збалансований контекст культурних відносин. Такі епіцентри паломництва, як Києво-Печерська і Почаївська Лаври, Софія Київська, є не лише сакральними центрами України, а й паломницькими і туристичними ресурсами і осьовими реаліями здійснення як туристичної, так і паломницької діяльності. В Україні немає проявів релігійного екстремізму, який можна побачити в інших країнах, зокрема в Алжирі, Єгипті, Ізраїлі, Індії, Пакистані, Близькому Сході, де відбувся цілий ряд кольорових революцій і тих етнічних і релігійних конфліктів, які досягли своїх, надзвичайно гострих протиріч. Втім всі конфлікти в Україні останніх часів створені штучно засобами пропаганди інших країн.

Зараз ми знаходимося в ситуації, коли Україна стає своєрідним епіцентром єднання багатьох релігій. Так, хасидизм як релігійний містичний рух, який виникає внаслідок на основі єврейської містики, приваблює хасидів. Браславські хасиди дослідники Чадека Ахмана Браславського зберігають глибину етику іудаїзму і той спосіб життя, який продукує сама пожертвованість, відвертість, ширість, молитовність. Так, саме хасиди здійснюють паломництво з усіх країн світу в Умань, де фактично Україна зберігає ту ментальність і ті образи священного для хасидів місця.

Територія України є зіткненням православних, католицьких та інших осередків, також осередків протестантських течій, лютеранства, кальвінізму,

баптизму, свідків Ієгови та ін. Все це ті різні течії та неорелігії, що мирно уживаються на Україні. Отже, сама по собі національна культура, конфесійні відмінності, світоглядний плюралізм дають можливість здійснювати різні акції сценічного визначення того глобального туризму, який характеризує Дж. Уррі як метакультурний, метаантропологічний, більше того, метаконфесійний.

Висновки. Втім туризм як модель світу, особливо глобальний туризм, не обмежується лише дефініцією мобільності. Його головною ознакою стає екстериторіальна дистонація, тобто території тотальної сцени, що приваблюють подорожуючих. А ця сцена має різні визначення культурних, антропогенних і природних ландшафтів. Територія повсякденного життя перебудовується під туристичні зразки, рівно як і багато феноменів навколишнього середовища. Це свідчить про те, що туристична рефлексія як своєрідний метасинтез несе в собі єдність інтероцепції, ектероцепції, пропріоцепції, тобто тілесної орієнтації в світі і разом визначає метакультурні, метахудожні, метаестетичні, метаантропологічні зразки отримання інформації.

Найважливішою тут є та лінія, яка знов-таки була проведена З. Бауманом як генеалогія туризму від проці, тобто від паломництва. Ця генеалогія не може виглядати як суто редуktivна стратегія десакралізації священного, обміну священними місцями, або усунення священних місць. Швидше, – ця генеалогія є поверненням до святого місця, його уніфікація. Більше того, це апроксимація, тобто інформаційна презентація у вигляді експрес-інформації в рекламі та ін., і одночасно віртуалізація. Все це говорить про те, що погляд туриста або глобальний туризм як певне поверхове зчитування інформації є одним із важливих факторів мобільного динамічного світу, в якому живе сучасна людина.

Отже, категорія сцени, яка зараз широко вживана в культурологічних дослідженнях, дає ще один приріст інтерпретативних можливостей. Так говорять про рок-сцену, панк-сцену, естрадну сцену та ін. Можна говорити і про туристичну, про паломницьку сцену, про сцену культури як феномен здійснення презентативності цінностей як презентацію місця, що несе цінності культури. І остання констатація. Глобальність туризму – це не глобальність кінематики, це не глобальність засобів і технологій, що пов'язані з пересуванням. Це глобальність синестезійного типу, яка поєднує в собі тотальність типів перекодування інформації, де синестезія як перекодування візуальної, тактильної інформації поруч зі слуховою, аудіальною дають можливість синтетичного бачення та відчуття світу.

Саме погляд туриста говорить як про обмеженість цієї синестезії, так і необхідність всіх доповнюючих реалій, які дають можливість компенсувати редуktivію споглядання і образних констант, які здійснюються у туристичній подорожі. Фактично усунення простору, елімінація тілесного досвіду, візуалізація і тоталізація інформаційного простору потребують доповнення тілесними адекватностями презентативності тіла, що ми і бачимо у вигляді різних театральних, сценічних, рекламних і інших іміджів, які є супутніми туристичній діяльності, тоді як паломницька діяльність традиційно тяжіє до аскетичного типу презентативності, що пов'язаний з традиційною іконографією і з сакральним досвідом презентації Абсолюту.

Список використаних джерел

1. Бауман З. От пилигрима к туристу, или краткая история идентичности / З. Бауман [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.leg-urbanistes.blogspot.com/2008/11/blog-post.html>
2. Житенев С. Ю. Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социальные, коммуникационные и цивилизационные аспекты / С. Ю. Житенев. – М.: Идрик, 2012. – 263 с.
3. Заблоцкий В. П. Подорож як метафора / В. П. Заблоцкий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.koris.com.ua/other/3318/index>.
4. Захарова Р. Г. Рекреационные потребности: сущность и факторы развития / Р. Г. Захарова. – Свердловск: Урал. научн. центр, 1984. – 31 с.
5. Зейб А. Туризм – средство прямого диалога между культурами и народами / А. Зейб // Диалог цивилизаций: исторический опыт и перспективы XXI века. Доклады и выступления. – М.: РУДН, 2002. – С.223–228.
6. Малахов В. А. Экзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування / В. А. Малахов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.koris.com.ua/other/3318/index>.
7. Урри Д. Взгляд туриста и глобализация / Д. Урри; пер. с англ. А. Шередеги // Массовая культура: современные западные исследования; пер. с англ. Отв. ред. и послесловие В. В. Зверевой. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – С.136–152.

References

1. Bauman Z. Ot piligrima k turistu, ili kratkaia istoriia identichnosti / Z. Bauman [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.leg-urbanistes.blogspot.com/2008/11/blog-post.html>
2. Zhytenev S. Yu. Religioznoe palomnichestvo v khristianstve, buddizme i musulmanstve: sotsyalnye, kommunikatsionnye i tsyvilizatsionnye aspekty / S. Yu. Zhytenev. – M.: Idrick, 2012. – 263 s.
3. Zablotskii V. P. Podorozh yak metafora / V. P. Zablotskii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.koris.com.ua/other/3318/index>.
4. Zakharova R. G. Rekreatsionnye potrebnosti: sushchnost i factory razvitiia / R. G. Zakharova. – Sverdlovsk: Ural. nauchn. tsentr, 1984. – 31 s.
5. Zeib A. Turizm – sredstvo priamogo dialoga mezhd kulturnami i narodami / A. Zeib // Dialog tsivilizatsyi: istoricheskii opyt i perspektivy 21 veka. Doklady i vystupleniia. – M.: RUDN, 2002. – S.223–228.
6. Malakhov V. A. Ekzistentsiino-etychnyi sens turizmu yak riznovydu podorozhuvannia / V. A. Malakhov [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.koris.com.ua/other/3318/index>.
7. Urry John. Vzgliad turista i globalizatsiia / John Urry; per. s angl. A. Sheredega // Massovaiia kultura: sovremennye zapadnye issledovaniia; per. s angl. Otв. red. i posleslovie V. V. Zvereva. – M.: Fond nauchnykh issledovaniia «Pragmatika kulturey», 2005. – S.136–152.

Приймак Д. Ю., post-graduate student of the Dragomanov National Pedagogical University (Ukraine, Kosov),
Pryimak_Dmytro_art@ukr.net

Global tourism as pilgrimage of the spirit (John Urry)

John Urry is famous as the author of an extremely metaphorical way of thinking, which universalizes such category as tourism to the general phenomenological structuring of the world. It can be stated, that in the frameworks of globalization and universalization of this category, he does not only go beyond the frameworks of tourism but these of culture. Thus, we face a so-called meta-position where tourism is defined as a recent pilgrimage into the world of virtual media, modern technological means of media culture, but the category tourism is defined as a certain pilgrimage.

Keywords: tourism, globalization, universalization, media culture.

Приймак Д. И., соискатель, Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова (Украина, Косов),
Pryimak_Dmytro_art@ukr.net

Глобальный туризм как паломничество духа (Дж. Урри)

Джон Урри известен как автор крайне широкого метафорического типа мышления, который универсализирует категорию «туризм» до всеобщего феноменологического образа конструирования мира. Можно утверждать, что в рамках глобализации и универсализации этой категории автор выходит не только за рамки туризма, но и за рамки культуры. То есть, перед нами своеобразная метапозиция, где туризм определяется как новейшее паломничество в мир виртуальных медиа, современных технологических средств медиакультуры, но сама категория «туризм» определяется как определенное паломничество.

Ключевые слова: туризм, глобализация, универсализация, медиакультура.

* * *