

ТУРИЗМ ЛЮДСЬКИХ СЛАБКОСТЕЙ

У статті розглянуто особливості розвитку специфічних видів туризму, об'єднаних під спільною назвою «туризм людських слабкостей». Зроблена спроба групування характерологічних видів туризму, спрямованих на задоволення соціальних і фізіологічних потреб особливих категорій споживачів.

Ключові слова: туризм, ептааж, цікавість, рефлексія.

В статье рассмотрены особенности развития специфических видов туризма, объединенных под общим названием «туризм человеческих слабостей». Сделана попытка группировки характерологических видов туризма, направленных на удовлетворение социальных и физиологических потребностей отдельных категорий потребителей.

Ключевые слова: туризм, эптааж, интерес, рефлексия.

The article discusses the features of specific types of tourism, united under the common title «tourism human weaknesses». The attempt of character grouping of tourism aimed at the social and physiological needs of particular groups of consumers.

Keywords: tourism, shocking, curiosity, reflection.

Вступ і постановка проблеми. Важко віднайти ще один вид суспільної діяльності, що так швидко еволюціонує, росте і поширює вплив на різні сторони людського буття, окрім туризму. Це стосується всіх без винятку його сторін: обсягів і напрямків туристичних потоків, галузевої структури туристичної індустрії, можливостей залучення різноманітних ресурсів, багатства пропозиції туристичного продукту, видів туризму, моди на відвідування тих чи інших країн. У контексті проблеми винесеної до заголовку, найбільший інтерес мають специфічні види туризму та причини їх стрімкого кількісного збільшення протягом останніх десятиліть.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Характеристика нових видів туризму – популярна тема туризмознавчих досліджень. Особливо вона поширена у західній географії, соціології і психології, де вчені і практики намагаються дати пояснення будь-якому більш-менш значущому туристичному явищу, навіть якщо воно стосується лише окремих країн і незначної кількості туристів. Один з останніх прикладів – прискіплива увага редакції журналу «Форбс» до «staycation» (*Staycation можна перекласти як «домашній туризм».* Мова йде про організацію відпустки вдома, фактично без виїзду за межі звичного життєвого середовища. Але при цьому все робиться «по-туристичному»: на 7-10 днів дім перетворюється на «готель» із відповідним обслуговуванням і харчуванням, організовується екскурсійна програма, відвідуються виставки, фестивалі, ярмарки, дискотеки тощо у своєму і найближчих поселеннях. При цьому staycation передбачає утворення товариських компаній, які складаються із друзів, знайомих, подружніх пар [22].) – нового для західного світу явища у світі туризму, викликаного світовою кризою і пов'язаного з організацією відпочинку вдома – фактично «у дворі власного будинку» [22]. Взагалі ж, ґрунтовні праці у царині туризмознавчих проблем, де висвітлюються окремі види туризму, належать А. Лью, К. Куперу, Дж. Мітчеллу, Р. Вурцбургер і багатьом іншим дослідникам із різних країн світу [15; 19; 21; 27].

В Україні характеристики форм і видів туризму присвячені праці О. Бейдика, О. Дмитрука, О. Любіцевої, С. Романчука, Ю. Зінька, Ф. Шандора і багатьох вчених із Луганська, Сімферополя, Івано-Франківська, Чернівців, Донецька, Тернополя та інших наукових і вузівських центрів країни [2; 4; 8; 9]. Цим питанням присвячує свої студії й автор дослідження, що винесене на розсуд читачів [10-12].

Велику увагу аналізу окремих видів туризму, розвитку туристичних процесів, їх структуризації приділяють вчені Росії. Яскраве тому підтвердження – змістовні праці О. Бабкіна, В. Боголюбова, О. Кускова та ін. [1; 3; 7].

Виклад основного матеріалу. У даній студії мова піде про характерологічні види туризму під умовною назвою «туризм людських слабостей». До них, на думку автора, належать холостяцький, алкогольний, тютюновий, наркотичний, темний, джихад-туризм та інша подібна туристична «екзотика». Спонукальна причина виникнення будь-яких видів туризму – внутрішній світ людини з її складним комплексом елементарної рефлексії та самопізнання зовнішнього світу. Поштовхом для виникнення туризму людських слабкостей є численні фобії, егоїзм та залежності: надмірна цікавість, егоцентризм, епатаж, наркотична, тютюнова та алкогольна залежності, потреба постійно отримувати нові, гострі враження і відчуття, прагнення виділитися серед інших. З іншого боку, розвиток техніки і транспорту, повага до прав людини, демократизація і гуманізація суспільства також надають потужного імпульсу для появи і динамічного розвитку туристичної "екзотики". І, нарешті, до перерахованих слід додати економічні, культурологічні, історичні чинники, що у конкретних випадках сприяють появі окремих видів туризму людських слабкостей.

Мета таких подорожей – сумнівні розваги, відпочинок, що передбачає вживання спиртних напоїв, наркотичних речовин, задоволення фізіологічних потреб, участь у заходах соціально-провокаційного характеру. На практиці туризм людських слабкостей досить часто створює соціальні проблеми у місцях, куди спрямовані потоки таких туристів, формує в окремих територіальних громадах негативне ставлення до відвідувачів і до туризму в цілому. Відносно різноманіття видів туризму «людських слабкостей» можна звести до кількох груп, сформованих на основі соціальних домінант: цікавість, епатаж, залежність, страх (рис. 1).

Цікавість	<ul style="list-style-type: none">• туризм міських нетрів; темний туризм; джихад-туризм; туризм військових дій; туризм лиха
Епатаж	<ul style="list-style-type: none">• холостяцький туризм; галантний туризм; ЛГБТ-туризм
Залежність	<ul style="list-style-type: none">• алкогольний туризм; тютюновий туризм; наркотичний туризм
Страх	<ul style="list-style-type: none">• туризм самогубців

Рис. 1. Структура туризму людських слабкостей

Цікавість – чи не головна причина, що спонукає до подорожі. У нашому випадку мова йде про гіпертрофовану допитливість, що призводить до виникнення алогічних або не зрозумілих з першого погляду видів туризму. До них належать туризм міських нетрів, туризм військових дій, темний і джихад-туризм.

Туризм міських нетрів (гетто-туризм, фавела-тур, туризм бідності) – відвідування бідних районів великих міст. Такі подорожі має досить давню історію. У другій половині XIX ст. у Лондоні та Нью-Йорку серед багатого верхівки суспільства поширилися і набули популярності тури до бідних районів для знайомства з життям бідноти [23].

Поштовхом до активізації сучасного туризму міських нетрів стала світова прем'єра стрічки «Мільйонер з нетрів» у 2008 р., події якої розгортаються в індійському місті Мумбаї. Імпульс був настільки сильним, що вже у грудні 2010 р. у Брістолі (Велика Британія) відбулася міжнародна конференція, присвячена туризму нетрів [23]. На сьогодні найбільш популярними напрямками для охочих поринути у світ бідних є Бразилія (фавели Ріо-де-Жанейро), Індія (нетрі Мумбаю, Колкати та інших великих міст), Китай (хутонги Пекіну), Південна Африка та Намібія (тауншип). Туристами, які відвідують міські нетрі, рухають, насамперед, цікавість, соціальне порівняння, освіта, можливість отримати нові гострі враження.

Термін «темний туризм» був запропонований професорами Дж. Ленноном і М. Фолі з Університету Глазго після проведеного ними у 1996 р. дослідження, присвяченого поясненню такого дивного феномену як прихильність окремих категорій туристів до споглядання місць, пов'язаних зі смертю і трагічними історичними подіями [16].

Витоки «темного», «чорного», «похмурого», танато-туризму (*Термін «танато-туризм» походить від імені міфологічного бога смерті і використовується для назв подорожей, пов'язаних із відвідуванням місць насильницької смерті. Він використовується у меншій кількості контекстів, ніж темний, похмурий туризму або туризм горя.*) або «туризму горя» слід шукати у прадавніх часах. Уже тоді тисячі охочих до кривавих видовищ стікалися до місць жертвоприношень, проведення гладіаторських боїв, аутодафе і публічних страт злочинців. Нинішній темний туризм пов'язаний із відвідуванням місць скоєння жахливих злочинів, природних і техногенних катастроф, полів бою або актів геноциду, цвинтарів і місць захоронень. На думку дослідників цього явища, темний туризм підживлюють різні мотиви: жалоба, пам'ять, освіта, патріотичне виховання, моторошна цікавість і навіть розвага [5; 16; 18].

Класичними прикладами об'єктів і місцевостей, на яких ґрунтується темний туризм є замок Бран, більше знаний як замок Дракули в Румунії, Освенцім у Польщі, в'язниця Бомаріс у Великій Британії, Хіросіма в Японії, Чорнобиль в Україні.

Протистояння між християнським та ісламським світами призвело до появи так званого «джихад-туризму». Цей термін зародився у середовищі працівників спецслужб. У широкому вжитку він з'явився у 2010 р. і

використовується для означення подорожі з метою розвідки або підготовки терористичного акту [17]. Термін набуває зневажливого відтінку у випадку, коли йдеться про горе-мандрівників, які шукають контакту з терористичними угрупованнями задля хворобливого інтересу.

Туризм військових дій або туризм війни – подорож у конфліктну зону з метою споглядання бою і огляду вцілілих пам'яток. Термін може набувати презирливого звучання при характеристиці шанувальників отримувати гострі відчуття у небезпечних і заборонених місцях, які споглядають жахи смерті і насилля. «Розквіт» туризму військових дій припадає на середину ХІХ ст. У той час Томас Кук організував для британців тури до США з метою спостереження за бойовими діями під час Громадянської війни. Через кілька років американські туристи, серед яких був відомий письменник Марк Твен, відвідували зруйнований під час Кримської війни Севастополь [26]. Інформація про нинішніх «військових туристів» значною мірою базується на повідомленнях світових ЗМІ і вимагає ретельної перевірки й осмислення.

Лише нездоровим інтересом і сумнівною етичністю можна пояснити появу туризму лиха – подорожі до місць природних катастроф. Але, як би там не було, тури до Нового Орлеану у США після урагану Катрін, до околиць вулкану Ейяфьятлайокудль в Ісландії – реальність сучасного світу.

Продумана скандальна або шокуюча поведінка, що суперечить правовим, моральним, соціальним і іншим суспільним нормам і стереотипам супроводжує холостяцький, галантний та ЛГБТ-туризм (*ЛГБТ-туризм – туризм, у якому беруть участь представники секс-меншин: лесбійки, геї, бісексуали і транссексуали*).

Холостяцький туризм – поїздка з метою участі у вечірці напередодні одруження. Розрізняють чоловічі (stag party або bachelor party) і жіночі (hen party) тури. Причинами появи і стрімкого росту кількості холостяцьких турів стали дешевизна авіаквитків (вартість перельоту між європейськими столицями при попередньому замовленні буде приблизно однаковою з ціною обіду на двох у престижному ресторані великого міста Європи), різниця цін на алкогольні напої (вартість пляшки горілки «Finlandia» у Берліні складає 25 % від її ціни у Гельсінкі) і різниця у вартості сексуальних послуг (у країнах Східної і Південної Європи такі послуги значно дешевші, ніж у країнах Західної і Північної Європи). Тому головними постачальниками учасників холостяцьких турів стали країни Західної і Північної Європи. Лише британці з середини першого десятиліття 2000-их рр. щороку стали витратити близько £ 430 млн на п'яні вечірки за межами країни [14]. Важливим моментом також є можливість асоціальної поведінки учасника холостяцького туру не лише поза межами традиційного місця проживання, а й поза межами країни постійного мешкання.

На роль «столиць» холостяцького туризму претендують Амстердам, Берлін, Барселона. Популярними країнами, де практикується організація холостяцьких вечірок, стали Чехія, Угорщина, Естонія, Латвія, Словаччина,

Польща. Європейською «екзотикою» для stag party-турів вважається Україна.

Галантний туризм (куртуазний, секс-туризм) – подорож, однією з цілей якої є знайомство з культурою інтимного спілкування. Головні регіони як офіційного, так і неофіційного розвитку куртуазного туризму – країни Південно-Східної Азії (Індія, Таїланд, Лаос, В'єтнам, Філіппіни, Камбоджа), Карибський басейн, Європа. Досить часто галантний туризм, особливо нелегальний і неорганізований, належить до негативних соціальних явищ, що несе з собою туризм. Нелегальний секс-туризм сприяє зростанню проституції, злочинності і работоргівлі, захворюваності як серед туристів, так і місцевого населення.

Виділяють жіночий і чоловічий секс-туризм. Жіночий – найбільше поширений у країнах Карибського басейну. Вважається, що він є прерогативою самотніх або нещасливих у шлюбі жінок «бальзаківського» віку. За оцінками фахівців, жіночий секс-туризм – динамічний і швидко прогресуючий вид рекреаційно-туристичної діяльності, що пов'язано із зростанням у світі числа самотніх і розлучених жінок [14].

Чоловічий куртуазний туризм, у порівнянні з жіночим, більшою мірою зорієнтований на задоволення статевого потягу і, зазвичай, не має на меті створення сім'ї. Головні чоловічі сексуально-туристичні потоки зароджуються у країнах із високим рівнем соціально-економічного розвитку і спрямовуються до східноєвропейських, латиноамериканських та південноазійських держав. Найбільш поширеними формами знайомства з культурою інтимного спілкування є театралізовані вистави, фестивалі, різноманітні види масажу. 2000-ні рр. стали періодом активного поширення різних форм ЛГБТ-туризму або гей-туризму. По-справжньому глобального розмаху це явище набуло після заснування у 1983 р. Міжнародної туристичної агенції геїв і лесбіянок. На сьогодні вона має представництва у 80 країнах світу [20]. ЛГБТ-туризм – приклад типового туризму людських слабкостей, що перетворюється на потужну складову частину індустрії туризму. Він включає окремі туристичні напрямки, готелі, круїзні лінії, туристичні агенції, клуби і передбачає як тихий «сімейний» відпочинок, так і організацію та участь у парадах, фестивалях, спортивних змаганнях та інших заходах. Одна з головних вимог до організації подібної подорожі – безпека і лояльне ставлення місцевого населення до ЛГБТ-туристів. За оцінками фахівців, загальна кількість учасників *gaycation* (*Gaycation* – жаргонний термін, що означає версію відпустки, подорожі, яка частково або повністю ґрунтується на ЛГБТ-культурі.) досягає 70 млн туристів на рік, які витрачають на організацію подорожей близько \$ 600 млрд [25].

Алкогольна, тютюнова та наркотична залежність, політика окремих держав у площині реалізації алкоголю, тютюну та легких природних наркотиків – головні спонукальні мотиви для здійснення подорожей із метою вживання або придбання відповідного товару.

Алкогольний туризм (алкотур, алкотуризм) – подорож із метою розпивання або придбання алкогольних напоїв. Такі поїздки спрямовані з

країн, де вживання спиртних напоїв обмежене економічними чинниками, нормами суспільної моралі або заборонене згідно релігійних канонів. Тури вихідного дня з Фінляндії до Естонії і прикордонних регіонів Росії, з Польщі до України або з Ірану до Туреччини й Азербайджану заради купівлі і/або безкарного розпивання міцних алкогольних напоїв – класичні приклади алкогольного туризму.

Наркотичний туризм – подорож із метою вживання природних наркотичних і психотропних речовин, заборонених у рідній країні, але офіційно чи напівофіційно дозволених у країні перебування. Географія наркотурів широка. У Європі визнаним лідером за рівнем розвитку наркотуризму стали Нідерланди, де функціонує близько 700 спеціалізованих кафешопів – публічних закладів, що мають дозвіл на вільний продаж легких наркотичних препаратів із конопель і похідних від неї. При цьому лише в столиці Королівства їх нараховується понад 200, тобто майже $\frac{1}{3}$ від загальної кількості [13]. Це дозволяє вважати Амстердам «столицею» європейського наркотуризму.

Прийнятий у 2009 р. урядом Нідерландів закон забороняв іноземним туристам користуватися послугами кафешопів. Проте, уряд пом'якшив свою позицію, заявивши, що остаточне рішення про заборону кафешопів для іноземців буде прийматися органами місцевого самоврядування. Правом на самовизначення в цьому питанні скористалися багато міст, у тому числі й Амстердам, влада якого вже заявила, що не має наміру заборонити туристам відвідувати кафешопи. Водночас, столична мерія має намір запровадити заходи, спрямовані на обмеження доступу молоді до марихуани: в Амстердамі закриють заклади, розташовані поблизу шкіл, а учнів, яких застануть за курінням марихуани, будуть штрафувати [13].

В Австралії штати Вікторія і Новий Південний Уельс відомі ліберальним законодавством щодо вирощування і куріння коноплі. У Новому Південному Уельсі в містечку Німбін у перші вихідні травня з 1993 р. навіть проводиться щорічний фестиваль коноплі. Спочатку влада боролася з цим явищем, але прогнала боротьбу з любителями курити марихуану.

Індія давно znana як батьківщина високоякісного гашишу або хешу – сильнодіючої психотропної речовини, есенції коноплі, екстрагованої і спресованої в блоки. Найбільш популярним серед наркотуристів, які відвідують Індію, став штат Гоа.

Південна Америка приваблює наркотуристів можливістю скуштувати психотропний напій айяуску, виготовлений із особливу виду ліан, що ростуть у басейні Амазонки. Перу відома галюциногенними кактусами під загальним назвиськом «Сан-Педро». Але найбільш znanoю стала кока – чагарникова рослина, сировина для виготовлення кокаїну. З давніх-давен її листя використовувалося як стимулятор корінними мешканцями Андських країн: Колумбії, Венесуели, Еквадору, Перу, Болівії.

Ганджа-тур – підвид наркотуризму, подорож із метою дегустації і купівлі місцевих наркотичних речовин із коноплі. Виник у 1960-ті рр.,

дякуючи руху хіпі. Перші маршрути із США і країн Західної Європи пролягали до Афганістану, Індії, Непалу, Марокко і Лівану. Згодом Афганістан та Ліван, через напружену внутрішньополітичну ситуацію і військові дії, випали з кола інтересів ганджа-туристів. Натомість з'явилися Нідерланди й Австралія. Наразі, до них приєднуються і США, де в грудні 2012 р. у штатах Вашингтон і Колорадо було легалізовано вживання марихуани [6].

Цигарковий (тютюновий) туризм – вид подорожі з метою задоволення фізіологічної, а можливо і соціальної потреби куріння у громадських місцях та закладах харчування. Подібні тури виникли в Європі як реакція на заборону куріння в окремих країнах у першій половині 2000-их рр. і спрямовані до країн, де подібні заборони відсутні. Розвитку цигаркових турів у Європі також сприяє різниця у цінах на тютюнову продукцію і наявність шенгенської зони.

Страх лишитися немічним у похилому віці, страждання від невиліковної хвороби спонукають потенційних кандидатів на самогубство до поїздки. Такі подорожі спрямовані до країн, де евтаназія дозволена (*До країн, де дозволена евтаназія належать Нідерланди та Швейцарія.*) або є можливість легально придбати отруту (*Значна кількість потенційних самогубців приїждить до Мексики, де в зоомагазинах легально продається фенобарбітал – наркотик, що використовується для евтаназії домашніх тварин. Препарат призводить до безболісної смерті людини в межах однієї години після прийому* [24]). Туризм самогубців – явище малопотужне, але суспільно резонансне. Скажімо, у Великій Британії кількість потенційних самогубців у кінці 2008 р. складала 725 осіб, але про право їх вибору добровільно піти із життя ведуться тривалі і гострі дискусії [24].

Висновки. Головні висновки, отримані у результаті проведеного дослідження, зводяться до наступного: 1) причини виникнення туризму людських слабкостей – фобії, егоїзм та залежності, повага до прав людини, демократизація і гуманізація суспільства, економічні, культурологічні та історичні чинники; 2) різноманіття видів туризму людських слабкостей можна звести до кількох груп, виділених на основі соціальних домінант: цікавість (туризм військових дій, темний, джихад-туризм), епатаж (холостяцький, галантний, ЛГБТ-туризм), залежність (алкогольний, тютюновий, наркотичний туризм), страх (туризм самогубців).

Використані джерела:

1. Бабкин А. В. *Специальные виды туризма [учеб. пос.] / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.*
2. Бейдик О. О. *Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії / О. О. Бейдик. – К. : Палітра, 1997. – 130 с.*
3. Боголюбов В. С. *Организация специальных видов туризма [учеб. пос.] / В. С. Боголюбов. – СПб : ГИЭУ, 2010. – 116 с.*
4. Дмитрук О. Ю. *Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу [навч. пос.] / О. Ю. Дмитрук. - К. : Альтерпрес, 2004. – 192 с.*
5. Дроботова М. В. *Мрачный туризм – инновационный туристский продукт / М. В. Дроботова, В. И. Новикова // Вопросы туризмозведения : Федеральный образовательный научно-практический журнал – 2012. - № 3 (3). – С. 140-146.*

6. Куріть на здоров'я. Сіетл готовий до легалізації марихуани [електронний ресурс] : Режим доступу : <http://gallery.korrespondent.net/world/4286-kurite-na-zdorove-sietl-gotov-k-legalizacii-marihuany>
7. Кусков А. С. Основы туризма : [учебник] / А. С Кусков, Ю. А. Джаладян. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2013. — 400 с.
8. Любіцева О. О. Паломництво та релігійний туризм : [навч. пос.] / О. О. Любіцева, С. П. Романчук. — К. : Альтерпрес, 2011. — 416 с.
9. Сучасні різновиди туризму : [навч. пос.] / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. — К. : Знання, 2011. — 334 с.
10. Смаль Ігор. Географія туризму : [навч. пос.] / Ігор Смаль — Ніжин : ПП Лисенко М. М., 2011. — 575 с.
11. Ігор Смаль. Ад'єктивні види туризму / Смаль Ігор // Географія. Економіка. Екологія. Туризм: Регіональні студії. — Ніжин : ПП Лисенко М. М., 2013. — Випуск 6. — С. 127-140.
12. Смаль І. В. Географія туризму та рекреація : словник-довідник / І. В. Смаль. — Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2010. — 208 с.
13. У Голландії заборонили продавати марихуану іноземцям [електронний ресурс] : Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/world/1454395-u-gollandiyi-zaboronili-prodavati-marihuani-inozetcyam>
14. Boyer David. Bachelor Party Confidential: A Real-Life Peek Behind the Closed-Door Tradition / David Boyer. — New York : Simon Spotlight Entertainment, 2007.
15. Cooper Chris. Tourism: Principles and Practice (3rd ed.) / Chris Cooper. — Harlow : Pearson Education, 2005.
16. Dark_tourism [електронний ресурс] : Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism
17. Jihadi tourism [електронний ресурс] : Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Jihadi_tourism
18. Korstanje M. Detaching the elementary forms of Dark Tourism / M. Korstanje // Anatolia, an international Journal of Tourism and Hospitality Research. — 2011. — Vol 22 (3), pp. 424-427.
19. Lew A. Long Tail Tourism: New geographies for marketing niche tourism products / A. Lew // Journal of Travel & Tourism Marketing 25 (3-4) — 2008. — p. 409–419.
20. LGBT tourism [електронний ресурс] : Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/LGBT_tourism
21. Mitchel Jonathan. Value chain analysis and poverty reduction at scale Overseas Development Institute, 2009.
22. Odland S. 16 Things To Do On A "Staycation" [електронний ресурс] : Режим доступу : <http://www.forbes.com/sites/steveodland/2012/05/31/16-things-to-do-on-a-staycation/>
23. Slum tourism [електронний ресурс] : Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Slum_tourism
24. Suicide tourism [електронний ресурс] : Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Suicide_tourism
25. The Leading Global Resource in the LGBT Tourism Industry [електронний ресурс] : Режим доступу : <http://www.iglta.org/about-iglta/>
26. War tourism [електронний ресурс] : Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/War_tourism
27. Wurzbarger R.; et al. Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide: As Presented at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe, New Mexico, USA, 2009.