

УДК 316.62

## ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ЛЮДИНА

**Горський С.В.**

Київський національний університет культури і мистецтв

У статті розкривається специфіка туризму в умовах глобалізованого світу. В умовах глобалізації нове значення отримує туризм. Він починає відігравати важливу роль в процесі поєднання «МИ» і «ВОНИ». Процес глобалізації вимагає поєднання культур через усвідомлення взаємозалежності. А тому підвищується роль кожної культури, її вплив на глобальні процеси.

**Ключові слова:** глобалізація, соціокультурне середовище, міф, міфотворення, паломництво, подорож.

---

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах, глобалізація вносить суттєві зміни в соціокультурний простір людини. Змінюється розуміння кордону, що вимагає переосмислення са-

моідентифікації. Глобалізація вимагає поєднання культур через усвідомлення взаємозалежності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В західній літературі питанню глобалізації при-

свячена велика кількість публікацій, включаючи роботи таких авторів, як Ф. Фукуяма, П. Ворслі, П. Рікер та інші.

**Мета статті** полягає у виявленні нової ролі туризму в процесі зближення культур та пошук збалансованого поєднання «МИ» і «ВОНИ», щоб цей процес відбувався не за рахунок уніфікації? Проблема полягає в тому, щоб кожний акт прилучення до туристського об'єкту надавав можливість, з одного боку, сприймати його, як пам'ятку рідної культури, а з іншого – можливість усвідомити його, як дещо відмінне, інше.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Не дивлячись на значну кількість наукових публікацій з питань глобалізації, низка теоретико-методологічних та науково-практичних проблем впливу процесу на соціальну сферу залишається мало дослідженими. Зокрема, не з'ясовано роль туризму в формуванні соціокультурного середовища людини.

**Виклад основного матеріалу.** Однією з ознак нинішнього стану розвитку людства є сукупність процесів які останнім часом характеризуються терміном «глобалізація». Як пише Френсіс Фукуяма: «сучасним виявом руху історії є глобалізація. Світ інтегрується завдяки розвитку технології, торгівлі й інвестиціям, завдяки обміну думками, який стимулює економічне зростання і створює підвалини для поширення демократії» [1, с. 36].

У середині вісімдесятих років ХХ ст., видатний антрополог, Петер Ворслі сказав: «...до сьогодні людське суспільство ніколи не існувало» [2, с. 1]. Розвиток людських зв'язків поєднав людей з різних країн, з різних куточків земної кулі у єдину соціальну системою під назвою людство. Зміцнення стосунків між людьми призводить до утворення глобальної системи взаємозалежності.

Жодне суспільство, зараз, не може і не живе в ізоляції від інших країн. Глобалізація це не залежність одних від інших, а система взаємозалежності всіх суб'єктів. Вона вводить людство «в еру унікальної, – як пише Поль Рікер – планетарної цивілізації, що водночас дає змогу всім досягти гігантського поступу і ставить перед усіма неймовірно складне завдання – як зберегти свою культурну спадщину й пристосувати її до нової реальності» [3, с. 292]. Цей процес пов'язано із збалансованим поєднанням індивідуалізації і уніфікації соціокультурних спільнот. Підвищується інтерес та увага до кожної культури, але щоб зайняти чільне місце в загальносвітовій спільноті треба не тільки усвідомити свою унікальність, а й свою залежність від інших.

В умовах глобалізації нове значення отримує туризм. Ми виходимо з того, що туристська діяльність це не тільки переміщення у фізичному просторі, а й переміщення в культурному середовищі. Виходячи з цього туристська діяльність може відбуватися або у своєму культурному середовищі, або за його межами. Тобто переміщення відбувається в своєму соціокультурному середовищі, (горизонтально) коли люди подорожуючи пізнають власну культуру, наближаються до своїх культурних еталонів – святинь, які об'єднують людей в єдину соціокультурну спільноту. Такий вид туризму можна назвати паломництвом в широкому соціокультурному змісті.

З іншого боку, можна здійснювати тимчасове переміщення з власного в інше соціокультурне середовище (по вертикалі). Такий вид туризму можна назвати – подорожжю, мандрівкою. Подорож здійснюється для ознайомлення з іншими культурами не через книги чи різноманітні інформаційні джерела, а підчас безпосереднього контакту з пам'ятками, побутом, звичаями іншої, відмінної від нашої культури. Під час подорожі не ставиться мета прийняття нових культурних цінностей, турист залишається самим собою, представником свого соціокультурного середовища, стороннім спостерігачем. Він може придбати, оволодіти чи додати щось нове, розширити своє пізнання навколишнього світу, але він не зрікається своєї культури.

Тут треба відмітити, що межі соціокультурного середовища не завжди співпадають з межами країн. Вони або більші, або менші виходячи з самоідентифікації туриста. Тому туристична мандрівка за одним і тим же маршрутом для двох людей може бути різними видами туризму. Наприклад: туристична подорож до Єрусалиму, одними сприймається як духовне становлення, прилучення до святинь своєї культури, тут здійснюється переміщення в межах своєї культури, не звважаючи на те, яка відстань була подолана. Іншими така мандрівка може сприйматись, як подорож до закордонного міста з цікавою, але чужою культурою.

Отже, туристична подорож може здійснюватись в межах своєї культури, включаючи інші країни в своє соціокультурне середовище.

Кожен з названих видів туризму ставить перед собою свої завдання. Якщо зазирнути в історію туризму, то побачимо, що спочатку виник такий вид туризму, як паломництво. Воно бере початок від подорожі св. Єлени у IV ст. до Єрусалиму [4, с. 1751]. В цьому ж столітті паломництво набуває значного поширення. Багато людей долали великі перешкоди щоб наблизитись до святих місць, джерел своєї культури.

Тільки на початку XVIII століття з'являється такий вид туризму як подорож за межі свого культурного середовища [5, с. 104]. До цього часу подорожі були пов'язані переважно з торговельною, військовою чи іншою службовою діяльністю.

В Україні такий вид туризму з'являється ще пізніше. «Українська мова не знала слова «туризм» та похідного від нього «турист» аж до другої половини XIX століття. Воно з'являється вперше у І. Нечуя-Левицького, М. Драгоманова (згодом, і у інших авторів) – з поясненням «турист – тобто подорожуючий» [6, с. 687-688]. Подорож здійснювалась в місця з іншою культурою, яка вже сприймалась толерантно.

Перша умова яка робить можливим туризм це незадоволеність. Незадоволеність своїм реальним, буденним життям тут і зараз. Щоб кудись піти чи поїхати, треба перш за все відчуті відсутність чогось, потребу шукати той життєвий простір, де можна задовольнити свої потреби.

Але туризм не пов'язаний з задоволенням потреби назавжди змінити життєве середовище людини.

Саме потреба в тимчасовому середовищі спонукає людину до туристичної діяльності, збільшуючи у декілька разів кількість подій та зу-

стрічей, з яких складається повсякденний плін людського життя.

В основі туризму як певного типу людської поведінки і діяльності лежить природний потяг до зміни середовища, до пошуку чогось нового, вивчення незнайомого. Французький філософ-екзистенціаліст Габріель Марсель навіть стверджував, що людина відзначається тим, що вона виходить за межі безпосередньо даного, що їй властива здатність до безперервного руху як в плані просторового переміщення, так і в плані духовного зростання. Це дало йому підставу визначити людину як «*Homo viator*».

Туристична подорож починається задовго до самої поїздки. Початок, мабуть, пов'язаний з усвідомленням потреби в подорожі в бажане місце де буде те чого нема дома. Сподівання отримати туристичний продукт штовхає людину з дому. Саме сподівання, мрія, вигадка ось що є рушійною силою подорожі. Сподівання туриста формуються і підтримуються цілою низкою не-туристичних практик (фото, кіно, журнали, реклама...). Цей період, формування образу майбутньої подружжя Віктор та Едіт Тернери назвали як стадія від'їзду від місця проживання та соціальних зв'язків [7].

За умов глобалізації перед туризмом постає нове завдання, об'єднання двох видів туризму. Стає дуже важко, а іноді не можливо провести межу між «МИ» і «ВОНИ». Раніше між «МИ» і «ВОНИ» існували чіткі кордони географічні, політичні, ідеологічні та економічні тому людина дуже легко і чітко ідентифікувала себе з певною культурою. За умов глобалізації на рівні ідентифікації розвивається регіональна свідомість. «Я» як особа, що мешкаю у Києві, сприймаю себе водночас киянином, українцем, європейцем і на решті представником людства. А тому все в світі під час подорожі я можу сприймати з одного боку, як щось нове, не моє, з іншого боку, як нову грань своєї культури.

Процес глобалізації вимагає поєднання культур через усвідомлення взаємозалежності. Таке об'єднання не повинно бути механічною сумішшю, або поглинанням одного іншим. Зараз підвищується роль кожної культури, її вплив на глобальні процеси. З іншого боку утворюються великі соціокультурні об'єднання які виступають як самостійні суб'єкти.

«Між тим, що говорить нам наше тіло, і тим, що ми повинні знати, щоб функціонувати, знаходиться вакуум, який ми повинні самі заповнити, і ми заповнюємо його інформацією (або дезінформацією), що поставляється нашою культурою. Кордон між тим, що в поведінці людини контролюється вродженими механізмами, і тим, що контролюється механізмами культури, – це межа невизначена і нестійка» [8, с. 62]. Туриста, по суті не цікавить сам об'єкт, його цікавлять почуття які пов'язані з цим об'єктом. Постійна потреба в нових вражен-

нях має велику спонукальну силу. На переконання З. Баумана, метою руху туриста є нове переживання, «турист свідомо і систематично шукає пригод, нових, несхожих на старі переживань, оскільки радості давно знайомого увійшли в звичку і більше не приваблюють» [9, с. 146].

Тому процес конструювання соціокультурної матриці певного місця або об'єкту іншими словами є створення міфу, казки. Мова міфу проста та емоційна, і в цьому полягає його перевага перед науковим описом світу. Отже, міф можна розглядати як набір ціннісних уявлень, що містять моделі інтерпретації та поведінки, які утворюють структуру і сучасної, і архаїчної свідомості.

Для полегшення споживання міф прив'язується до реальних об'єктів, але він не тотожний цим об'єктам.

Постає питання, як здійснити таке збалансоване поєднання «МИ» і «ВОНИ», щоб це було не за рахунок уніфікації? Проблема полягає в тому, щоб кожний акт прилучення до туристського об'єкту давав можливість, з одного боку, сприймати його, як пам'ятку рідної культури, а з іншого – можливість усвідомити його, як дещо відмінне, інше. Успішна реалізація цього завдання значною мірою залежить від посередника між туристом і культурним середовищем. Це може бути екскурсовод чи просто книжка – путівник. За допомогою кваліфікованого посередника можна збалансовано поєднати обидва види туризму, сформувати самоповагу до власної культури і усвідомлення взаємозалежності від інших культур. Інакше кажучи, йдеться про необхідність досягнення гармонії, балансу між уніфікацією і індивідуалізацією. Т. Фрідман в своїй книзі «Лексус і оливкове дерево» наводить приклад такого балансу. Він описує нововведення авіакомпанії Gulf Air, де під час польоту на телевізійних моніторах, які вмонтовано в сидіння літака, демонструється пасажирам точну позицію літака у стосунку до святого для мусульман міста Мекки у будь-який час польоту. Це дозволяє пасажирам-мусульманам, які потребують молитися п'ять разів на день обличчям до Мекки, завжди знати, куди повернутися обличчям усередині літака коли настане час молитви [10, с. 30].

**Висновки і пропозиції.** Особливість туризму в епоху глобалізації полягає у формуванні єдності багатоманіття, яке приведе до зближення двох форм туризму – паломництва і подорожі.

Ця стаття присвячена аналізу двох видів туризму, які за умов глобалізації суттєво змінюються. Необхідно додати, що існує ще один вид туризму – спортивний туризм. Спортивний туризм, головним змістом якого є задоволення потреби руху разом з цим це також випробування на сміливість, витримку, мужність, одним словом, боротьба за виживання (може бути навіть з елементами реальної небезпеки для життя). Внутрішня мета – розкрити себе, свої можливості.

## Список літератури:

1. Фукуяма Фр. Глобалізація безконечна – ж. «І» – Львів, № 19, 2000 р.
2. Worsley Peter. The Three Worlds: Culture and World Development. – London: Weidenfeld and Nicolson, 1984.
3. Пікер Поль. Історія та істина. – Київ, КМ Academia 2001.
4. Полный православный богословский энциклопедический словарь. Том 2. – Изд-во П. П. Сойкина, бг Спб.
5. Див. Макдоналд Ф. Штрихи времени. Экспедиции и первооткрыватели. – Москва: Росмен, 1995.

6. Стріха М. Туризм. // Нариси української популярної культури. – К.: УЦКД, 1998.
7. Turner V., Turner E. Image and Pilgrimage in Christian Culture. –N.Y.: Columbia University Press, 1973.
8. Гирц К. Интерпретация культур / Москва: «Российская политическая энциклопедия», 2004. – 560 с.
9. Бауман З. От паломника до туриста // Социологический журнал. – Москва 1995. № 4.
10. Фридман Т. Лексус і оливкове дерево – ж. «І» – Львів, № 19, 2000 р.

**Горский С.В.**

Киевский национальный университет культуры и искусств

## **ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЧЕЛОВЕК**

### **Аннотация**

В статье раскрывается специфика туризма в условиях глобализированного мира. В условиях глобализации новое значение получает туризм. Он начинает играть важную роль в процессе объединения «МЫ» и «ОНИ». Процесс глобализации требует сочетания культур через осознание взаимозависимости. Поэтому повышается роль каждой культуры, её влияние на глобальные процессы.

**Ключевые слова:** глобализация, социокультурное пространство, миф, мифотворчество, паломничество, путешествие.

**Horskyi S.V.**

Kyiv National University of Culture and Arts

## **GLOBALISATION AND HUMANITY**

### **Summary**

The article highlights the new meaning and specific features of tourism in the globalized world. It stresses the importance of tourism as the phenomenon that unites such notions as «WE» and «THEM». It also underlines that globalization has boosted cultural integration of nations, reinforced the idea of their interdependence but, at the same time, enhanced the role of each culture and its influence on the global processes.

**Keywords:** globalization, social and cultural environment, myth, myth creating process, pilgrimage, journey.