

УДК 316.62:338.48

**І. В. ГРАБОВЕЦЬ**

## **ТУРИСТИЧНА ПОВЕДІНКА ЯК ФОРМА СПРИЙНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ОСОБИСТІСТЮ**

*У статті розглянуто можливості особистості через туристичну активність та використання різноманітних туристичних практик розширити межі власного інтерсуб'єктного світу. Стверджується, що сучасна соціальна реальність складається з багатьох видів діяльності, які дають змогу особистості самореалізуватися, а також є обтяженою великою кількістю інформації, що породжує почуття самотності та відчуженості індивіда в навколишньому середовищі. Туристична активність дає змогу особистості розширити межі власного соціального простору та позбавитися негативних емоцій у сучасному світі.*

**Ключові слова:** інтерсуб'єктний світ, соціальний простір, туризм, туристична поведінка, туристична активність.

Соціальний розвиток відбувається і в просторі, і в часі, але координати, що визначають поєднання та зміну соціальних подій, на сучасному етапі визначаються рухом сукупної діяльності й життя людей. Сучасний світ сповнений різноманітними масштабними процесами, які докорінно його змінюють. Змін зазнають і можливості людини самостійно структурувати соціальний простір і час, створюючи власну інтерсуб'єктивну систему координат. Інтерсуб'єктивність – це той світ, у якому людина віднаходить себе, визначаючи в ньому своє місце (ролі, друзів, інтеракції тощо). Оцінка своїх життєвих шансів, розробка стратегії й тактики досягнення цілей потребують від особистості використання не лише своїх власних сил, а й дії тих суперечностей, що виникають у соціальній реальності, яка її оточує. Ці суперечності зумовлені процесами суб'єктивації, що відбуваються в будь-якому соціумі, унаслідок чого соціальний простір ущільнюється, а соціальний час набуває нових модальностей [5].

У соціальному просторі будь-якої людини можна спостерігати достатньо типове співвідношення індивідуального «Я» та соціального «Ми». Особистість, яка входить до соціальної реальності, прагне зберегти свою унікальність, автономність, свободу, а, визначивши межі свого власного соціального простору, особистість прагне розширити їх, що призводить до ускладнення соціальної реальності, зростання соціальної напруженості. Існуючи у своєму життєво-просторовому світі, особистість використовує інтелектуальний, чуттєвий та інші ресурси соціальної реальності для власного саморозвитку та самовдосконалення.

Одним із засобів сучасного світу, який особистість може використовувати для розширення меж власного соціального простору, є туризм.

**Метою статті** є визначення особливостей побудови власного соціального простору (інтерсуб'єктного світу) людиною через туризм як один з факторів перетворення соціальної й культурної сфер життя суспільства.

Поняття «інтерсуб'єктивність» запозичене з праць німецького філософа Е. Гуссерля, що розглядав її як особливу частину (структуру) суб'єкта, завдяки якій можливе спілкування та взаєморозуміння різних, не схожих один на одного індивідів. Інтерсуб'єктивність Е. Гуссерль розумів як структуру суб'єкта, в якій його «Я» дотикається до досвіду Іншого [3].

У різний час характеристику інтерсуб'єктивного поля особистості надавали у своїх працях С. Л. Франк, В. В. Налімов, С. Гроф, К. Уїлбер, З. Фройд, Ж. Лакан, К. Г. Юнг і численні послідовники глибинної психології. У сучасній аналітичній психології (Р. Столорю, Б. Брандшафт, Дж. Атвуд та ін.) інтерсуб'єктивність вивчають як інтерсуб'єктивне поле, як центральний пояснювальний конструкт у психоаналітичній теорії та практиці. У цьому полі розглядають такі класичні явища, як трансфер, опір, конфлікт, а також помежові й психотичні стани, що виникають між суб'єктами взаємодії [2].

У працях філософів поняття інтерсуб'єктивності не перекривається поняттям соціальності, і, навпаки, обидва поняття мають самостійне значення, позаяк вони охоплюють різні аспекти буття людини у світі. Поняття соціальності фіксує вихідну включеність людської суб'єктивності в соціальний світ, що конкретизується в соціальності суб'єктивного досвіду та структурі особистості (як суспільного утворення). Поняття інтерсуб'єктивності відображає той факт, що людський індивід не є автономною істотою, а імпліцитно містить у собі соціальність як таку. Соціальність є і умовою, і результатом інтерсуб'єктивності [4].

У соціології соціальну реальність розглядають як результат взаємодії соціальних суб'єктів, тобто можна зазначити, що інтерсуб'єктивність – це певний аспект буття суб'єкта. Також ми вважаємо, що інтерсуб'єктивний світ не є простим психологічним, філософським або соціальним явищем, оскільки його сутність і динаміку не можна досягнути без діалектичної єдності.

Складність та багатоаспектність такого феномену, як туризм, зумовлює міждисциплінарний характер його дослідження. Так, туризм перебуває у фокусі уваги економістів, географів, філософів, психологів, правознавців, соціальних антропологів, соціологів тощо. Аналіз туризму в контексті інших видів соціально-просторової мобільності: міграції, подорожей подано в працях М. Белла, Г. Ворда, В. Р. Берча, А. Вентуріні, А. М. Вільямса, К. М. Холл та ін.; дослідження соціально-економічних аспектів туризму як практики споживання – у працях Н. Ванг, Д. Бурстин, Д. Мак-Кеннелла та ін.; визначення антропологічних аспектів туризму як способу пізнання культур досліджували Дж. Еш, Д. Кембел, Л. Тернер та ін.

Туризм як соціальний феномен є широкомасштабним суспільним явищем, яке з'явилося в буржуазному суспільстві в той час, коли сформувався середній клас. Як зазначає М. Шульга, умовами функціонування туризму як сучасного соціального явища є наявність у населення вільного часу, вільних коштів, а також існування в представників різних соціальних груп установок на мандри, пізнання світу та інші форми поведінки, що реалізуються в туризмі [10]. Таким чином, поняття «туризм» почало формуватися з початком масовості, тобто переміщень значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля, хоча можна з упевненістю стверджувати, що подорожі завжди були властиві характеру людини, що є, перш за все, біологічною істотою, для якої рух є невід'ємною потребою організму, а із часів посилення урбанізаційних процесів спілкування з природним середовищем усе більшою мірою стає психофізіологічною потребою.

Із часом з розвитком суспільства змінювалися напрями та обсяги основних туристських потоків, суттєвих змін набули й мотиви та потреби, що спонукають людей до мандрів. Значні масштаби й інтенсивність туризму належать, безперечно, до характерних явищ сучасного часу.

Необхідно зазначити, що сприйняття соціального простору й часу особистістю є чинником, який диференціює її стиль життя, сприяє формуванню динамічних стереотипів та адаптаційних можливостей. У сучасному світі, перевантаженому інформацією, туризм є однією з форм творчості людини, за допомогою якої здійснюється самопізнання, реалізація свого «Я», пошук соціального призначення, також туристична активність особистості сьогодні стає однією з форм боротьби за виживання, дає змогу отримувати переваги в конкурентній боротьбі з іншими соціальними суб'єктами.

Сучасний соціальний розвиток розгортається в часі у вигляді тривалих видів людської діяльності, що поєднуються між собою та змінюють один одного. Разом з тим ця діяльність «стиснута» в просторі, де вона представлена відносно стабільними структурами, кристалізована в предметних умовах життя людей, сплетена в їх безпосереднє спілкування. Туризм сьогодні стає особливою формою діяльності людей, яка дає змогу відновлювати життєву активність. Завдяки цій діяльності особистість розширює межі свого інтерсуб'єктного світу до масштабів кількох континентів або всієї земної кулі.

Науковці зазначають, що сучасна соціальна реальність існує у вигляді раціонально-егоїстичної колективності, представлена як спільність особистих соціальних просторів, консолідуючим принципом яких у більшості випадків є утилітарний інтерес [5]. Така соціальна реальність схожа на надбудови різноманітних форм, усередині яких людина відчуває свою самотність та непотрібність. Саме це змушує особистість захищатись від соціальної метушні, вдаючись до пошуку нових форм самовираження. Туризм з його широким вибором напрямів та видів стає сьогодні такою формою.

Туризм здатний не лише детермінувати, а й суттєво трансформувати людину, визначаючи її способи існування та стиль життя. Туристська свобода зумовлена світоглядними орієнтирами особи, можливістю використання нею соціального досвіду інших при досягненні власних життєвих цілей. Також туристична діяльність може бути більше, ніж просто джерелом формування різних способів соціальної реальності: це і процес самопізнання й самоствердження особистості; і спорт; і спосіб пізнання світу та розширення кругозору; і специфічний тип взаємодії культур; і спосіб відновлення психічних та фізичних сил; і зміна виду діяльності. Для кожної людини туризм сьогодні стає власним джерелом натхнення або самовираження, професійної самореалізації або формою культурного споживання.

Необхідно також зазначити, що особистість (турист) є системотвірним суб'єктом туризму з власними індивідуальними потребами та суспільними характеристиками, які й визначають тип і рівень її туристичної поведінки. Людина за своєю природою завжди мобільна. Мобільність як здатність до мандрів, туристичних пошуків виникає й змінюється під впливом суспільства, яке розвивається завдяки динаміці власних внутрішніх суперечностей. Саме пошук розв'язання цих суперечностей породжує в людини новий рівень інтересів, прагнення до задоволення нового типу потреб, створює імпульс до руху, що, зрештою, формує туристичну поведінку.

Сьогодні досить часто науковці використовують поняття туристичного простору, який визначають як територіальну туристсько-рекреаційну систему, яка включає в себе об'єкти туристсько-рекреаційного призначення [1]. Такий підхід дає змогу виявити ряд особливостей туристського простору, серед яких називають: неоднорідність (визначається якісним розмаїттям туристичних об'єктів), упорядкованість (передбачає просторову структуру та позиційність), локальність (відбиває нерівномірність розвитку туристичної сфери внаслідок просторової диференціації туристських ресурсів), мінливість (здатність до змін туристської системи загалом і туристичних потреб людини окремо) [Там само].

За типами туристичної діяльності та індивідуальної туристичної поведінки виділяють такі типи туристичного простору:

– простір туристичної експлорації, де проявом туристичної діяльності особистості є відкриття маловідомих територій та відсутність тривалих туристичних інвестицій;

– простір туристичного проникнення, в якому домінує такий прояв туристичної поведінки індивіда, як пізнання, краєзнавча діяльність та короткочасний відпочинок;

– простір туристичної асиміляції, в якому проявом туристичної активності людини є пошук і налагодження контактів з місцевим населенням, знайомство з умовами життя, звичаями, культурою тощо;

– простір туристичної колонізації, у якому відбувається тривале туристичне облаштування нових територій, зміна їх первинного використан-

ня; туристична поведінка тут пов'язана з виникненням пансіонатів, будинків відпочинку, таборів та інших об'єктів туристичного сервісу;

– простір туристичної урбанізації, в якому домінують такі прояви туристичної діяльності людини, що приводять до перетворення сільських територій на території міського типу [1].

Туристський простір неоднорідний, він включає в себе різні види підпросторів, у тому числі рекреаційний простір індивіда чи групи, простір певного виду туристсько-рекреаційної діяльності, простір окремих компонентів туристсько-рекреаційної системи тощо. Виходячи з такої неоднорідності, науковці виділяють такі властивості туристичного простору: гетерогенність та комплексність, відкритий характер щодо інших видів простору, цілісний характер складових елементів, сезонність функціонування, ієрархічний характер територіальної організації, динамічні процеси [8].

Останнім часом інтерпретативний контекст туристичної діяльності суттєво розширився, по-перше, через мотиваційне різноманіття, проникнення у сфери освіти й науки (науковий туризм, стажування в закордонних університетах, культурні обміни), бізнесу (організація зустрічей персоналу транснаціональних корпорацій у певній дестинації, шопінг-тури), релігії (організовані паломницькі тури) тощо; по-друге, через ускладнення діяльного контексту реалізації, зокрема фізичного здійснення набувають віртуальні та уявні схеми (наприклад, подорож через Інтернет). Завдяки механізмам культури, виховання, освіти, що реалізуються через туристичну діяльність, людина навчається одразу рефлексивно співвідносити тимчасове з вічним, а іманентне – з трансцендентним. І чим більшою виявиться дистанція між іманентним та трансцендентним, тим більш багатим буде вибір можливостей соціального буття (реальності), відкритий перед людиною, а отже, і більш багатим буде її інтерсуб'єктивний світ.

У сучасному світі туристична діяльність представлена різноманітними практиками. У контексті туристичного прочитання соціального простору йдеться про здійснення змін, що відбуваються з останнім під безпосереднім впливом практик споживання соціального простору туристами. Тобто туристичні практики науковці трактують як дії, скеровані на зумисне та незумисне (пере)творення соціального простору [6]. Туристичні практики передбачають використання різноманітних соціальних конструктів соціального простору як ідей, що сприймаються як очевидні тими, хто приймає їх, при цьому вони залишаються винаходом або штучно створеним культурним артефактом, що належить певній культурі або спільноті. Туристи виявляють вибірковість стосовно соціальних конструктів, вибираючи одні й відкидаючи інші [Там само].

**Висновки.** Туризм сьогодні вчені розглядають як засіб міжособистісних комунікацій та соціалізації [9]. Узагальнюючи вищезазначене, ми пропонуємо інтерпретувати туризм не просто як механізм освоєння різних видів зовнішнього простору (географічного, культурного, соціального, по-

літичного), а як простір спілкування, комунікації, людської діяльності. Простір, що визначається великою кількістю чинників та обставин, у тому числі інтересами, ціннісними орієнтаціями, помислами, потребами, закономірностями, випадковостями. І хоча соціальність суб'єкта типова, вибір туристичних практик є унікальним для кожної особистості, оскільки він зумовлюється її чуттєво-духовним світом. Розгортання сил та здібностей індивіда на цій основі відкриває йому шлях до пізнання багатомірних відносин соціальної реальності. Через туристичні захоплення людина будує власну мікросоціальну реальність (інтерсуб'єктний світ) – це соціальний простір невеликої кількості контактуючих між собою особистостей. Такі об'єднання дають людині відчуття єдності, гармонії, що сприяє цілісній самореалізації особистості, гуманізації соціальних відносин.

Таким чином, можна зробити висновок, що туризм сьогодні слід розглядати не лише як індустрію відпочинку, а й крізь призму інтерсуб'єктного світу особистості.

#### **Список використаної літератури**

1. Артемова Е. Н., Козлова Е. И. Основы гостеприимства и туризма : учеб. пособие. Орел, 2005. 116 с.
2. Боровицкая Е. Н. Интерсубъективная сущность архетипа как проблема практической феноменологии (в поисках универсальной методологии исследования). *Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях* : материалы междунар. науч.-практ. конф. 5–6 марта 2011 г. Пенза ; Прага, 2011. С. 26–39.
3. Гуссерль Э. Картезианские размышления / пер. с нем. Д. В. Скляднева). Санкт-Петербург, 1998. 315 с.
4. Донченко О. А. Интерсуб'єктність як субособистість дорослої людини. *Психологія особистості*. 2013. № 1 (4). С. 47–57.
5. Кемеров В. Е. Полисубъектная социальность и проблема толерантности. *Толерантность и полисубъектная социальность* : материалы конф. Екатеринбург, 2001. С. 12–19.
6. Козлова І. Туристичні практики «споживання» міського простору: пропонуване та реальне (приклад Львова). *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. Харків, 2013. Вип. 19. С. 385–389.
7. Мажар Л. Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа. *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2014. № 1. С. 16–23.
8. Пирожник И. И. Трансформация туристско-рекреационного пространства в эпоху глобализации. *Туризм и региональное развитие*. Смоленск, 2006. Вып. 4. С. 136.
9. Соляник С. Ф. Соціокультурні комунікації в туризмі. *Філософія туризму*. Київ, 2004. 268 с.
10. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм. *Соціальний ареал життя особистості*. Київ, 2005. С. 197.

*Стаття надійшла до редакції 18.07.2017.*

---

#### **Грабовець І. В. Туристическое поведение как форма восприятия социального пространства личностью**

*В статье рассматриваются возможности личности через туристическую активность и использование различных туристических практик расширить границы собственного интерсубъектного мира. Утверждается, что современная социальная реальность состоит из многих видов деятельности, которые позволяют личности са-*

мореализоваться, а также она, отягощенная большим количеством информации, порождает чувство одиночества и отчужденности индивида в окружающей среде. Туристическая активность позволяет личности расширить границы собственного социального пространства и избавиться от негативных эмоций в современном мире.

**Ключевые слова:** *интерсубъектный мир, социальное пространство, туризм, туристическая поведение, туристическая активность.*

### **Hrabovets I. Travel Behavior as a Form of Social Space Perception Personality**

*In the article the author explores the possibilities of the individual through the use of tourist activity and the use of various tourist practices expand own intersubjectivity world. The author argues that the modern social reality consists of a set of activities that allow the identity of self-actualization. This reality also overloaded with lots of information. All together creates a sense of loneliness and uselessness to the individual in surrounding social space. Tourist activity allows personality to expand the boundaries of your own social space and get rid of negative emotions.*

*Social perception of space and time personality is a factor that differentiates lifestyle contributes to create dynamic stereotypes and adaptive capabilities. In today's world, tourism is one of the forms of human creativity, using which self-knowledge, self realization, search social purpose. Also the tourist activity has now become a form of struggle for survival, allows you to gain an advantage in the competitive struggle with other social actors.*

*Travel's freedom due to ideological guidelines of the individual, the ability to use others social experience while achieving their own life goals. The author offers to interpret tourism not just as a mechanism for knowledge of different types of external space-geographical, cultural, social, political, and how space: space communication, communication, human activity.*

*Selection of tourist behavior is unique for each person, because it was due to her sensual-spiritual world. Expand the powers and abilities of the individual on that basis opens the way for him to know the multidimensional relations social reality. Through travel hobby man builds his own microsocial reality (intersubjectivity world) is a social space of a small amount of contact between them. These connections give a person a sense of unity, harmony, which contributes to the integral self-fulfillment, humanizing social relations.*

*The author concludes that tourism today should be seen not only as the Industry leisure and entertainment, but also through the prism of intersubjectivity the world.*

**Key words:** *intersubjectivity world, social space, tourism, travel behavior, travel activity.*