

КОМУНІКАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ: КУЛЬТУРНА ІНТЕГРАЦІЯ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ

Мета статті – проаналізувати особливості комунікативного потенціалу міжнародного туризму, зокрема крізь призму його здатності впливати на процеси культурної інтеграції та ідентифікації. **Методологія** дослідження ґрунтується на міждисциплінарному поєднанні методологічного інструментарію культурології, соціології, психології, комунікативістики з опорою на методи аналізу, синтезу, інтерпретації та ін. **Наукова новизна.** Проаналізовано вплив міжнародного туризму на процеси культурної інтеграції та формування ідентичності в умовах кроскультурної взаємодії. **Висновки.** За рахунок безпосереднього контакту і порівняння себе з представником іншої соціокультурної системи, виокремлення його рис, характеристик менталітету, особливостей побуту і под. у туриста відбувається не тільки його пізнання, а й культурне та соціальне самопізнання. Так у взаємодії з Іншим, крізь призму особливостей його ментальності й життя формується власна ідентичність людини. З іншого боку, міжнародний туризм, який володіє значною мірою змінювати і соціальні, і культурні пріоритети, фактично формує у Homo viator навички, необхідні для узгодження інтересів з представниками інших культур у результаті включення в різні процеси консолідованої діяльності, яка стає найдійовішим інструментом вирішення конфліктів, запорукою мирного співжиття та інтеракції різних культурних світів, які спільно розбудовують глобальну цивілізацію.

Ключові слова: міжнародний туризм, турист, комунікація, інтеграція, культура, ідентичність.

Красовский Сергей Александрович, ассистент кафедры гостинично-ресторанного бизнеса Киевского национального университета культуры и искусств

Коммуникативный потенциал международного туризма: культурная интеграция и идентификация

Цель статьи – проанализировать особенности коммуникативного потенциала международного туризма, в частности сквозь призму его способности влиять на процессы культурной интеграции и идентификации. **Методология** исследования базируется на междисциплинарном сочетании методологического инструментария культурологии, социологии, психологии, коммуникативистики с опорой на методы анализа, синтеза, интерпретации и др. **Научная новизна.** Проанализировано влияние международного туризма на процессы культурной интеграции и формирование идентичности в условиях кроскультурного взаимодействия. **Выводы.** За счет непосредственного контакта и сравнения себя с представителем другой социокультурной системы, выделения его черт, характеристик менталитета, особенностей быта и под. у туриста происходит не только его познание, но и культурное и социальное самопознание. Так во взаимодействии с Другим, сквозь призму особенностей его ментальности и жизни формируется собственная идентичность человека. С другой стороны, международный туризм, который обладает способностью в значительной мере изменять и социальные, и культурные приоритеты, фактически формирует в Homo viator навыки, необходимые для согласования интересов с представителями других культур в результате включения в различные процессы консолидированной деятельности, которая становится действенным инструментом решения конфликтов, залогом мирного сосуществования и интеракции различных культурных миров, которые совместно развивают глобальную информационную цивилизацию.

Ключевые слова: международный туризм, турист, коммуникация, интеграция, культура, идентичность.

Krasovskiy Serhii, assistant to the chair of hotel and restaurant business Kiev National University of Culture and Arts

The communicative potential of international tourism: cultural integration and identification

Purpose of Research. The purpose of the article is to analyse the peculiarities of the communicative potential of the international tourism in the context of its ability to influence the processes of cultural integration and identification. **Methodology.** The methodology of the research is based on the interdisciplinary combination of methodological tools of cultural studies, sociology, psychology, communicative sciences. In addition, the author uses various methods such as analysis, synthesis, interpretation, etc. **Scientific Novelty.** The international tourism influence on the processes of cultural integration and formation of identity in conditions of cross-cultural interaction are analysed. **Conclusions.** Contacting and comparing with the representatives of the other sociocultural systems, a tourist finds out their features, characteristics of their mentality, the peculiarities of everyday life. So, the tourist gets new knowledge about other nations and study his own cultural and social nature. Thus, the individual forms his/her identity by the interaction with other people, based on his/her mentality and life experience. In addition, the international tourism, which has the ability to change both social and cultural priorities, virtually forms the "Homo Viator's " skills to reconcile interests with the representatives of other cultures by the involving in the consolidated activities of various processes. The latter becomes an effective instrument to resolve conflicts and a pledge of peaceful coexistence and interaction of various cultural worlds that develop a global informational civilization together.

Key words: international tourism, tourist, communication, integration, culture, Identity.

Актуальність і мета дослідження. Після введення у дію у червні 2017 р. для нашої країни безвізового режиму з країнами Шенгенської зони та тими, які примкнули до Угоди, найчастіше у 2017 р. громадяни України подорожували через сухопутні кордони з Польщею і Румунією, на особистому авто чи поїзді (277 тис.). У трійку найбільш популярних напрямків, куди українці купують авіаквитки після

введення безвізового режиму, ввійшли Барселона, Рим і Париж, далі слідує Мілан, Лісабон, Прага, Варшава, Амстердам, Афіни, Мадрид. Зростання пошукових запитів 12 червня 2017 р., в перший день після введення безвізового режиму з ЄС, склало + 319% у порівнянні з аналогічним днем тижнем раніше [8].

Отже, міжнародний туризм – явище динамічне, що, у свою чергу, стимулює перманентне переосмислення його значення у координатах соціокультурних реалій, які теж досить швидко змінюються, особливо у контексті сучасного стану інтенсифікації трансформацій у міжнародних відносинах та й загалом глобалізаційних процесів.

Сьогоднішній світ характеризується повною взаємозалежністю всіх людських спільнот, культур та релігій, характеристики якої канадський соціолог М. Мак-Люен порівняв з глобальним селом (англ. Global Village). Не останню роль у його формуванні належить міжнародному туризму, в якому щонайкраще проявляється здатність до комунікативно-інформаційного всеохоплення людства і на груповому, і на індивідуальному рівні, що, власне, й провокує закріплення його статусу в площині культурної взаємодії та актуалізує дослідження його комунікативного кроскультурного потенціалу.

Особливо плідними стає аналіз міжнародного туризму в фокусі актуальних поступів гуманітаристики, прикметною рисою якої є притаманна сучасній науковій методології спрямованість на взаємодію наукових підходів, інтегрованих з різних галузей наукового знання – соціології, культурології, філософії, комунікативістики та ін.

Мета статті – проаналізувати особливості комунікативного потенціалу міжнародного туризму в кроскультурній взаємодії, зокрема крізь призму його здатності впливати на процеси культурної інтеграції та ідентифікації.

Ступінь наукової розробки. Проблеми інформаційного суспільства, глобалізації та комунікації досліджували Ю. Габермас, Ч. Тейлор, Д. Белл, Дж. Гелбрайт, М. Кастельс, М. Мак-Люен, Й. Масуда, Е. Тоффлер, Ф. Уебстер та ін. Питання власне міжкультурної комунікації висвітлено у ґрунтовних працях Т.-А. ван Дейка "Мова. Пізнання. Комунікація", Д. Трагера і Е. Холла "Культура та комунікація: модель аналізу", Дж. Кондона і Й. Фаті "Вступ до міжнародної комунікації", Р. Портера і Л. Самовара "Комунікація між культурами", Р. і С. Сколон "Інтеркультурна комунікація", С. Тер-Мінасавої "Мова і міжкультурна комунікація", кроскультурні відмінності – у працях Е. Хірша, Р. Хемпден-Тернера, Ф. Тромпенаарса, Г. Хофстеде та ін.

Дослідники Б. Вальденфельс, О. Шпенглер, Ю. Габермас, С. Гантінгтон, В. Гьосле, Е. Гуссерль, В. Рідель, Е. Соловйов, Ю. Лотман, А. Тойнбі, К. Ясперс та ін. аналізують проблеми міжкультурного діалогу, опозиції "свій-чужий" та ін.

Ф. Бок ("Культурний шок") [13], Г. Вард, Т. Вохнер, А. Фарнхам ("Психологія культурного шоку", глава 6: "Туризм") [15] досліджували проблеми культурного шоку, який може виникнути у мандрівника під час зустрічі з іншим соціокультурним середовищем.

Серед українських дослідників проблематику кроскультурної комунікації вивчають Н. Вербицька, Ю. Шайгородський, І. М'язова, Ф. Бацевич, О. Кучмій, П. Донець, А. Єрмоленко, В. Манакін та ін. Дослідженню комунікативних аспектів туризму присвячені праці В. Антоненка, В. Ляха, Я. Любимого, О. Левицької, Е. Слободенюк та ін.

Виклад теми. Інформаційне суспільство актуалізує комунікативні стратегії усіх суб'єктів, задіяних у процесі глобалізації у мультикультурному світі, формуючи своєрідну інформаційно-комунікативну реальність. Тому одним з ключових елементів усіх складників простору інформаційного суспільства (освіти, науки, туризму, бізнесу і под.) стає кроскультурна комунікація.

Дослідники по-різному називають це явище, часто оперуючи перекладом англійських термінів: кроскультурна комунікація (crosscultural communication), транскультурна комунікація (transcultural communication), міжкультурна інтеракція (intercultural interactions), інтеркультурна комунікація (intercultural communication), міжкультурна взаємодія, кроскультурне спілкування, міжкультурний діалог, міжнародна комунікація і под.

Не вдаючись до різних нюансів термінологічного розмежування, зазначимо, що загалом всі ці поняття характеризують одне явище, яке нідерландський дослідник дискурсу Т.-А. ван Дейк визначає як сукупність різноманітних відносин і спілкування між індивідами та групами, які належать до різних культур [4]. Дослідники Р. Портер і Л. Самовар визначають комунікацію як "те, що має місце щоразу, коли хтось реагує на поведінку або наслідки поведінки іншої людини" [14].

Кроскультурна комунікація (від англ. cross – перетинати, переходити та communication – зв'язок, спілкування) – це різні способи вербальної і невербальної взаємодії між представниками різних культур, національностей, світоглядів, релігій, у результаті якої відбувається обмін інформацією, почуттями і под. з метою налагодження різноманітних контактів та пошуку взаєморозуміння.

Незважаючи на те, що вперше поняття міжкультурна комунікація було введено ще у 1954 р. Д. Трагером і Е. Холлом, науковий дискурс щодо нього ще остаточно не оформився і залишається відкритим для дослідження у різних галузях знань, зокрема у культурології.

Дійсно, сьогодні важко уявити світ без взаємодії представників різних культур. При цьому міжнародний туризм чи не найкраще демонструє переваги однієї з вагоміших ознак глобалізації – мобільності, яка власне і уможливує регулярні контакти між представниками різних культур у світі, "де стіни переносяться, а дороги рухаються самі по собі" (З. Бауман). При цьому постійна мобільність докорінно

змінює спосіб життя людей, ставить під сумнів сам факт стійкості культурної та національної ідентичності особистості, змушує переосмислити традиційні уявлення про "рідні землі", "вітчизну", тобто відбувається процес формування нових ідентичностей. Переміщення стають більш масштабними і різноманітними [12, 3].

Міжнародний туризм, який володіє значним комунікативним потенціалом, у такій ситуації може відігравати неоднозначну роль, позаяк демонструє іманентно притаманну дуальність – як здатність, з одного боку, виступати засобом інтеграції між народами та їх культурами, а з іншого – сприяти поглибленню процесів ідентифікації. Зупинимось на цьому більш докладно.

Турист (не завжди навіть на свідомому рівні) відкриває для себе нові культури, їх традиції, збільшує багаж знань про їх особливості, що в кінцевому підсумку сприяє розумінню специфічних соціокультурних особливостей інших країн. Фактично, він виходить за межі звичного буття, прагнучи, на думку Ж. Бодрійяра, "не відкриттів або обміну, а поступової екстериторіальності, того, щоб покласти відповідальність на саму подорож, тобто на щось відсутнє (...) На зміну секретам приватного життя, які прагнуть зберегти, приходять поглинання довготою і широтою. Але зрештою тіло втомлюється від неприкаяності, тоді як розум захоплюється цією відсутністю, немовби притаманною йому властивістю" [3, 220].

На перший погляд, міжнародний туризм частково руйнує культурну належність, нівелює уявлення про власну самобутність, про обов'язок перед своєю спільнотою на рівні всіх груп: соціальних, етнічних, регіональних чи національних, позаяк сприяє не лише фактичній екстериторіальності подорожуючого, а й детериторізації культури.

Водночас у процесі міжкультурної комунікації відбувається зближення культурних зразків, тобто те, що дослідники характеризують як інтеграція, асиміляція, транскультурація, гібридизація, інкультурація і под. Ці поняття фактично характеризують одне явище, якого в умовах інформаційного суспільства і глобалізації, з одного боку, не можна уникнути, а з іншого – і не варто, позаяк, незважаючи на певні негативні аспекти, воно не означає уніфікації культурних норм, а сприяє швидкій поширюваності цивілізаційних досягнень, визнанню рівноцінності всіх культур, забезпечуючи цілісність світу в умовах інтегральної цивілізації.

Масові подорожі людей прискорюють процеси економічної та культурної взаємодії, інтенсифікують міжкультурну комунікацію, сприяють взаємопроникненню культур, самовдосконаленню та самореалізації особистостей, встановленню людиномірних довірливих відносин, взаєморозумінню та толерантності між представниками різних соціумів, коли "відкидається правомочність підходу "друг – або ворог" і не приймаються претензії власного народу за найвищу норму" [10, 137]. Тому туризм виконує на планеті не лише рекреаційну, а й важливу гуманізуючу й інтегруючу функцію, формуючи певні фундаментальні засади глобальної солідарності [7].

Тобто міжнародний туризм фактично стає однією з форм діалогу між культурами. Недарма перша стаття "Глобального етичного кодексу туризму" стверджує вклад туризму у взаєморозуміння між народами і суспільствами [5].

Відтак, дедалі активніше до соціокультурного простору та наукового дискурсу входять поняття кроскультурності, культурної гібридизації, транснаціоналізації культурного простору, конвергенції культур, транскультурності, національної асиміляції, метисації, які пов'язані з появою нових структурних якостей у культурах або їх змішанням як наслідку інтенсифікації комунікації.

За таких умов дослідники наголошують на актуалізації проблеми збереження самобутності та ідентичності як на рівні індивіда, так і культур певних країн, образи яких дедалі частіше переплітаються і почасти розмиваються.

Відомий філософ З. Бауман у праці "Глобалізація та її наслідки для людини" у 4 розділі з відповідною назвою "Туристи і бродяги" ділить сучасне суспільство на представників цих двох протилежних полюсів. На думку філософа, туристи (неважливо, мандрують вони у справах чи заради задоволення) переїжджають з місця на місце, тому що вважають доступний їм світ (а це вся земна куля) неперевершено привабливим. Турист – це приклад свободи в постсучасну епоху, а культура, до якої вони належать, на думку дослідника, – це не культура конкретного місця, а культура часу, абсолютно сьогодення. Те, що сьогодні величається "глобалізацією", пов'язане з мріями і бажаннями туристів, які сприймають світ як їжу для почуттів – матрицю можливого досвіду (не в сенсі того, що з тобою відбувається, а в сенсі станів, які ти переживаєш), і орієнтирами в ньому для них слугують враження. Формується нова ідеологія тими, хто може дозволити собі космополітичну ідентичність, долає постколоніальні кордони. Гібридизація – це породження групи, яка самовизначається і/або визначає світ у подібних термінах не шляхом етнографічного розуміння, а шляхом самоідентифікації. Тому для глобалістів культурна гібридизація, можливо, явище творче, що звільняє від пут [1].

Крім того, нині на зміну High-tech технологіям активізуються High-hume технології, особливою відмінністю яких є здатність трансформаційно впливати на людину. Ці технології характеризує інтерактивність, креативність, мінливість, адаптивність до умов як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. High-hume технології вимагають високого рівня освіти, а їх дієвість потребує врахування культурного підґрунтя, яке включає символи, коди культури, колективну пам'ять, культурні традиції, культуру вражень [6].

Російські дослідники зазначають, що загалом High-hume технології сприяють особистісному та професійному зростанню, проте їх здатність до маніпулятивного впливу знижує внутрішню стійкість

людини. Вона зберігається лише тоді, коли компенсується вдосконаленням культурно-психологічних чинників-регуляторів: законами, мораллю, традиціями, поведінковими атитюдами. До того ж, замкнутий характер соціальних груп, "опора на традиції", досвід попередніх поколінь може забезпечити еволюційну перевагу тільки в умовах стабільного соціокультурного та екологічного середовища. У разі, якщо умови існування соціальної групи змінюються радикально та непередбачувано, консервативність поведінки та неприйняття нововведень, утримання від конфліктів з іншими групами (консервативними або експансіоністськими) стають дезадаптивними [11, 76].

Відтак, традиційне підґрунтя соціокультурної ідентичності – географічний простір – у результаті інтенсифікації міжкультурної взаємодії та мобільності населення, зокрема завдяки туризму, фактично втрачає свою актуальність, підриває ригідність традиційної соціокультурної системи, породжує різні нові ідентичності – не останню роль в чому відіграє і глобальна масова культура. На думку З. Баумана, людей сьогодні хвилює не проблема ідентифікації, а навпаки – вони почасти мають потребу у реідентифікації – можливості стати іншим. Тобто проблема ідентичності нині перебуває на двох протилежних полюсах: на одному людина прагне бути собою, а на другому – бути Іншим чи хоча б схожим на нього, фактично стаючи творцем унікального інтерактивного проекту – конструювання власної ідентичності.

Звичайно, під час подорожі може відбутися часткова аккультурація мандрівника, переважно за рахунок засвоєння елементів культурної спадщини, проте це не означає, що турист розчиниться в "чужій" культурі, тим більше якщо його поїздка не є довготривалою та й загалом не передбачає такого злиття. Навіть навпаки – турист може відчувати втому і навіть культурний шок від перебування в чужому для нього соціокультурному середовищі.

Продуктивність і результативність туристичної комунікації залежить від мотиваційної налаштованості суб'єктів комунікації, сподівання знайти відповідь на важливі смисложиттєві, світоглядні проблеми, розшифрування нових світоглядних смислів, які містяться в іншій культурі (...) у туриста може ініціюватися глибинна внутрішня комунікація з власними культурним (та/або колективними) позасвідомим, яка стимулюватиме творчий особистісний саморозвиток та самореалізацію [9].

Саме в процесі "виходу" за межі звичного буття у туриста відбувається осмислення не лише "чужого", "іншого", а й "свого", збагачується власна культура туриста, що сприяє його інтеграції в інокультурне середовище.

Отже, як зазначає Н. Березницька, туризм – це міжособистісне спілкування, його можна розглядати як діалогічну за своєю природою форму зустрічі культур, яка, з одного боку, сприяє поглибленню культурної самосвідомості та формуванню культурної ідентичності мандрівника, а з іншого, призводить до взаємобміну культурними системами за рахунок взаємного обміну культурним досвідом" [2].

Висновки. За рахунок безпосереднього контакту і порівняння себе з представником іншої соціокультурної системи, виокремлення його особливих рис, характеристик менталітету, побуту і под. у туриста відбувається не тільки його пізнання, а й культурне та соціальне самопізнання. Так у взаємодії з Іншим, крізь призму особливостей його ментальності і життя формується власна ідентичність людини.

З іншого боку, міжнародний туризм, який володіє здатністю значною мірою змінювати і соціальні, і культурні пріоритети, фактично формує у Homo viator навички, необхідні для узгодження інтересів з представниками інших культурних світів у результаті включення в різні процеси консолідованої діяльності. У туриста формується новий спосіб світосприйняття і світовідношення, важливими ознаками якого є толерантність, космополітичність, інтернаціоналізм, міжкультурна компетентність і под., які нині стають чи найдійовішими інструментами вирішення конфліктів на всіх рівнях, запорукою мирного співжиття та інтеракції різних культурних світів, які спільно розбудовують глобальну інформаційну цивілізацію.

Література

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. Москва: Весь Мир, 2004. 188 с.
2. Березницькая Н.Л. Туризм как фактор межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... канд. культурол. наук: 24.00.04; СПб., 1999.
3. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / пер. с франц. Л. Либарской, Е. Марковской. Москва : Добросвет. Изд-во КДУ, 2009. 258 с.
4. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Москва, 1989.
5. Глобальный этический кодекс туризма. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/983_001.
6. Поликарпова Е. В. Культурные основы high-hume технологий / Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 6. С. 33–38.
7. Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами: автореф. дис. ... на здоб. наук. ступ. к. філос. наук. Київ, 2003.
8. Страны и города, которыми наиболее интересуются украинцы после введения безвизового режима с ЕС. URL: <https://ru.tsn.ua/tourism/opredeleny-samye-populyarnye-marshruty-ukraincev-posle-vvedeniya-bezvizu-885430.html>.
9. Філософія туризму. Київ: Кондор, 2004. 268 с.
10. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. 416 с.
11. Чешко В. Ф., Глазко В. И. High Hume (биовласть и биополитика в обществе риска). Учебное пособие. Москва, 2009. 319 с.
12. Божко Л. Нові напрями в туризмі як культурні наслідки глобалізації /Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2015. Вип. 4. С. 3-8.

13. Cultural Shock. A reader in modern cultural anthropology/ Ed. by Ph. K. Bock. New York, 1970.
14. Samovar L., Porter R., McDaniel E., Roy C. Communication Between Cultures. Belmont, 2013. 432 p.
15. Ward G., Bochner St., Furuham R. The psychology of Cultural shock. Second Education. Part 6: Tourists. Philadelphia, by Routledge, 2001.

References

1. Baumann, Z. (2004). Globalization. Consequences for people and society / Per. from english Moscow: All World [in Russian].
2. Bereznitskaya, N. (1999). Tourism as a factor of intercultural communication: author's abstract. dis ... Candidate Cultivol Sciences: 24.00.04; St. Petersburg [in Russian].
3. Baudrillard, J. (2009). Transparency of evil / per. from french L. Lybarskaya, E. Markovskaya. Moscow: Good-bye. The publication of the KSU, 2009 [in Russian].
4. Van Dyke T.A. (1989). The language Cognition Communication Moscow.
5. The Global Ethic Code for Tourism. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/983_001 [in Ukrainian].
6. Polikarpova E. (2008). Cultural Foundations of High-Hume Technologies / Humanities and Social Sciences, 6, 33-38 [in Russian].
7. Slobodenyuk, E. (2003). Tourism as a factor in the humanization of relations between peoples: author's abstract. dis ... to bake sciences step k. filos sciences Kyiv [in Ukrainian].
8. Countries and cities that are most interested in Ukrainians after the introduction of a visa-free regime with the EU. URL: <https://ru.tsn.ua/tourism/opredeleny-samye-populyarnye-marshruty-ukraincev-posle-vvedeniya-bezvizu-885430.html>.
9. Philosophy of tourism. Kyiv: Condor, 2004 [in Ukrainian].
10. Heising, J. (2011). Homo ludens. Man playing St. Petersburg: Izv-i Ivan Limbach [in Russian].
11. Češko, V., Glazko, V. (2009). High Hume (Bivility and biopolitics in a society of risk). Tutorial. Moscow [in Russian].
12. Bozhko, L. (2015). New trends in tourism as a cultural consequences of globalization National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald, 4, 3-8. [in Ukrainian].
13. Cultural Shock. A reader in modern cultural anthropology / Ed. by Ph. K. Bock. New York, 1970 [in English].
14. Samovar, L., Porter, R., McDaniel, E., Roy, C. (2013). Communication Between Cultures. Belmont [in English].
15. Ward, G., Bochner, St., Furuham, R. (2001). The psychology of Cultural shock. Second education Part 6: Tourists. Philadelphia, by Routledge. [in English].

Стаття надійшла до редакції 16.03.2018 р.

UDC 168.522

Sydorovska Yevheniia

lecturer of the Department of Philosophy,
Kyiv National University of Culture and Arts
savikt@ukr.net

REGARDING UNDERSTANDING THE RELATIONSHIP BETWEEN CREATIVITY AND LIFEWORLD OF A HUMAN

Purpose of Research. The purpose of the research is to systematize the existing theories, dealt with the problem of the relationship between creativity in the human lifeworld, and its objective and subjective reality. Methodology. The **methodology** of the article is based on the general scientific principles of systematization and generalization. The purpose and the tasks of the work include using of the following methods: historical and cultural (to show the objective attitude to the accumulation of primary data); hermeneutic (to study and to systematize various modifications of the concept of "correlation"); analytical (to analyze the conceptual foundations, which are the basis of the modern approaches to the studying of the problem of creativity and the human lifeworld). **Scientific Novelty.** The scientific novelty of the work lies in systematization of existing theories of the human lifeworld, its relationship with creative activity and its exceptional significance in the process of human self-development and self-improvement. The study shows the creative activity and the process of self-development as the integral components of the human lifeworld. **Conclusions.** The analysis of creative activity should be based on the theoretical potential of the problem of the "lifeworld" of a human, which should to be included into a broader theoretical constant. The world perception affects the world attitude, which arises as the process and the result of the discovery of various individual properties of a holistic human being, his essential forces and their realization in accordance with the specifics of the fragments of the world. The worldview of a person merged all the elements of its involvement in the world, including the confrontation with him. The world perception is formed under the influence of spiritual, moral, psychological and aesthetic factors. Their values and significance for a man determine the estimation of the past and the present, the views on the future and individual perspectives.

Key words: creativity, creative activity, lifeworld of a human, socialization, objective and subjective reality.