**Частина друга**

***Туризм як соціально-культурний феномен (Л.О. Карпова)***

Суспільно-економічна ситуація у світі на початку XXI століття змушує нас розглядати соціально-культурний феномен туризму як один з вирішальних чинників розвитку суспільства. Адже значення туризму полягає не тільки в тому, що він є однією з найпотужніших галузей економіки, а й утому, що він є сферою людської життєдіяльності світоглядного значення. Сьогодні в наукових колах взагалі йде мова про створення принципово нової суспільно-гуманітарної теорії - туризмології, яка характеризується розгалуженими міжнародними зв'язками [1,22-23].  
  
Сучасне суспільство, як визнають усе більше й більше аналітиків, стрімко розвивається у напрямку, коли весь прогрес загалом визначається передусім структурою виробництва, розподілу й використання знань. Тобто людська цивілізація найближчого майбутнього перетворюється на своєрідний "інноваційний простір", характер використання якого обумовлюватиме також її культурний розвиток, а отже, й матеріальний успіх [2]. Тому людина як свідомий член суспільства повинна ставити своєю метою насамперед активне вивчення навколишнього інноваційного простору. А це можливо через міжнародний обмін ідеями на всіх рівнях, серед яких сфера культури і мистецтва посідає особливу, надзвичайно важливу роль.  
  
Обмін культурними і, зокрема, мистецькими досягненнями, який несе із собою міжнародний туризм, надзвичайно розширює сферу людського спілкування. Завдяки їм у комунікативний процес вводяться елементи свободи (незалежності від реальних обставин життя та від повсякденних потреб) й універсальності (переборення часової та просторової обмеженості). Такі самі завдання лежать в основі процесів кроскультурних комунікацій - тобто таких процесів, розвиток яких грунтується на використанні методу порівняльного аналізу з умовою виявлення та ідентифікації подібного (загального, інваріантного) та специфічного (відмінного) в культурі. Такі процеси формуються як на основі порівняльного сегментарно-профільного (cross-sectional) аналізу, коли зіставлення культурних характеристик відбувається в одному ітому самому часовому проміжку, так і на основі міжчасового (cross-time) аналізу, де зіставлення показників та характеристик має місце в їх темпоральному вимірюванні, вдинаміці [3].  
  
Культурне розмаїття, значні відмінності між культурами різних народів, історичних епох, цивілізацій - необхідна передумова та вихідна основа процесів кроскультурних комунікацій, що мають місце в туризмі. Процеси кроскультурних комунікацій обумовили, широкий вплив різноманітних теорій (особливо культурно-психологічного характеру) на кроскультурну валідність, тобто на їх адекватність різним культурним просторам (насамперед через порівняння європейських - неєвропейських народів) [4,20-24].  
  
Залежно від об'єкта і масштабу комунікаційних меж розрізняють декілька основних типів порівняльних характеристик: порівняння між країнами (cross-country), які в певному смислі збігаються з міждержавними характеристиками (cross-national), міжсо-цієтальними (cross-societal), власне міжкультурними (cross-cultural), а також макросоціальними та глобальними [5,22]. Глобальні зіставлення проводяться на максимально можливій кількості країн (культур). Прикладом глобальних зіставлень може слугувати формування Human Relations Area File - картотеки, в якій представлені в закодованому вигляді доповіді більш як по 500 "культурах", описи яких перетворені на змінні: в культурно-політичній галузі до такого типу порівнянь відноситься Cross-Polity-Survey.  
  
У сучасних тлумаченнях процесів кроскультурних комунікацій дедалі більшого значення та популярності набувають субкультурні порівняння, коли в межах тієї чи іншої культури підсистеми, що склалися по ряду змінних, є більш відмінними, ніж культури, що зіставляються в межах різних суспільств.  
  
Стосовно цільової спрямованості розрізняють 4 типи кроскультурних комунікацій:  
  
а) коли конкретний соціокультурний простір - предмет безпосереднього інтересу, а порівняння-лише допоміжний інструмент для виявлення специфіки вибраного об'єкта;  
б) коли культури, що порівнюються, - контекст комунікацій, які орієнтовані на виявлення, перевірку та обгрунтування всезагальності тієї чи іншої культурної характеристики;  
в) коли культурні характеристики, що порівнюються, - одиниці аналізу при вивченні цілісних соціальних систем;  
г) коли комунікації мають транснаціональний характер, тобто окремі культури розглядаються як елементи всеохоплюючої системи.  
  
У процесах кроскультурних комунікацій акцент робиться на виявленні інваріантів, єдиних основ у різноликих за формами культурних просторів чи епох: виявленні принципових відмінностей, неподібностей, а також певною мірою і неможливості зіставлення між різними культурами; на збереженні осередків самобутності серед наростаючої однорідності.  
  
Розрізняються ендогенні та екзогенні моделі порівняння: в першому випадку причини та наслідки культурних змін і естетичних трансформацій присутні в межах однієї й тієї ж культури; в другому ж вони розглядаються в контексті взаємодії різних культур із врахуванням зовнішніх культурних впливів [6,44-46].  
  
Різноманітність суспільних і міжкультурних туристичних зв'язків уможливлює процес спілкування з естетичними ідеями різних часів. Художнє спілкування - завжди реальне спілкування, процес комунікації шляхом образного збагачення та психологічного контактування. Художнє спілкування дозволяє людині включатись у певну спільноту (культурну, соціально-історичну), виявляючи при цьому індивідуально-особистісну участь, схильність до визначеної культурної традиції. Такимчином, відбувається як єднання етносу і "передача культурних естафет" (М. Мамардашвілі) від покоління до покоління всередині його, так і активізація світової культурної динаміки, що є актуальним питанням для нашої сучасної культури.  
  
Спілкування через мистецтво дає людям можливість виражати набагато більше змісту, смислу, оцінок, почуттів, ніж через інші форми спілкування. Не випадково мистецтво першим руйнує хибні застороги одного народу щодо іншого. Навіть в умовах ідеологічного протистояння, соціального антагонізму мистецтво забезпечує спілкування між народами. Воно сприяє створенню особливої сфери соціокультурної комунікації. З одного боку, спілкування відбувається через духовний витвір - художній образ, з другого - характер переживання є безпосередньо-практичним. Це переживання веде до закріплення в структурі особистості здатності до співпереживання, спонукає людину до співучасті в житті інших людей. Саме цим культурні комунікації відрізняються від інтимно-особистісного спілкування у повсякденності, яке не підноситься до загальнозначущого.  
  
Мистецтво, художня творчість мають здатність об'єднувати суспільство, створювати емоційно-психологічну спільність (наприклад, особливості психології нації, соціальної групи, етнічної спільноти формуються та є похідними багато в чому завдяки культурно-комунікативним впливам). А це в свою чергу вдосконалює, гуманізує і суспільні відносини, формуючи здатність до індивідуалізованого спілкування, до емоційного відгуку і розуміння іншої людини на основі сформованого досвіду емоційно-художнього спілкування, що грунтується на широкому засвоєнні культурних традицій.  
  
Трансформація сучасного суспільства пов'язана з переоцінкою цінностей. Певною мірою це створює в суспільстві атмосферу ідеологічної кризи. Вона полягає не тільки у роздрібненні соціальних цінностей, а й у девальвації їхнього домінантного комплексу (такого, в який вірить більшість населення). Така ситуація є природним наслідком прогресуючої диференціації цінностей (розпаду їх на численні різновиди, "боротьби всіх проти всіх"). Емоційне ставлення до такого суспільства чудово передано Далі в його знаменитій картині "Передчуття громадянської війни в Іспанії". Така обстановка призводить до компрометації цінностей взагалі, перетворення боротьби за перетворення (трансформізм) у боротьбу за існування (конформізм).  
  
Саме потреба у переборенні кризи стимулює розробку, синтез нової системи цінностей, що веде до нового кола культурних домінант і тим самим - до формування нової духовності. Це і є закон трансформації і самоорганізації культури.  
  
Якщо розглядати ситуацію абстрактно, з філософської та культурологічної точок зору, то взагалі сучасні відносини між суспільствами, окремими людьми грунтуються передусім на взаємовпливі культурних цінностей, їх взаємодії. Незалежно від того, яка сфера формально задіяна в процесі туристичного спілкування - політична, бізнесова, навчальна, побутова, - культурні цінності, як основа характеру й виховання сучасної людини, виступають головним механізмом обміну ідей, знань, важливим чинником їх засвоєння і впровадження у повсякденну практику. Асам комунікативний процес, процес спілкування, - виступає головним каталізатором їх смислової, ціннісної апробації. Саме процеси комунікації дозволяють ідеям не зависати у просторі, а втілюватися в думках інших людей, породжуючи нові знання, уявлення та образи. А ефективне оволодіння чужим культурним досвідом, чужим знанням найкраще відбувається через образне, комплексне, багатоаспектне сприйняття дійсності.  
  
Слід особливо зауважити, що при цьому Інтернет та інші найсучасніші телекомунікаційні технології не здатні замінити живого, реального спілкування, безпосереднього сприйняття нових обставин життя, нових ідей, емоційного переживання оволодіння ними. ] головним провідником такого процесу, його системоутворюючим фактором є, звичайно, туризм. Після туристичних поїздок, як правило, кардинально змінюється свідомість людини, активізується її здатність сприймати нове, пробуджуються творчі здібності. Недаремно у минулому подорожування вважалося навіть ефективним лікувальним засобом. У нашому ж сьогоденні туристична галузь, за умови використання її широких можливостей, здатна істотно гуманізувати всі сфери української дійсності, відкрити дорогу до побудови у нашій державі справді демократичного, соціально й культурно орієнтованого суспільства.  
  
Враховуючи жте, що, за прогнозами ВТО (Всесвітня туристська організація), кількість туристів, які подорожують у міжнародних масштабах, у 2010 році сягне 1 млрд чоловік, зрозуміло, що туристичний чинник взаємодії культур останнім часом набув чи не найважливішого значення в процесі глобального обміну культурними досягненнями.  
  
Не випадково й культурний аспект комунікативного процесу посідає одне з чільних місць у його структурі взагалі. Якщо уявити структуру комунікативного процесу як комплекс взаємообумовле-них каналів передачі інформації, то неважко помітити, що "канал культури" тією чи іншою мірою присутній в усіх інших. Адже вся діяльність людини, по суті, є культурним феноменом, і діяльнісні основи культури започатковуються передусім улюдській сутності й способах її продуктивного вираження. Таким чином, соціальний статус, зокрема, мистецьких проявів, з його розмаїттям інституціональних і рольових характеристик, опосередковано ототожнюється зі способом діяльності, що лежить в основі процесу художнього освоєння світу, тобто своєрідного аспекту його пізнання.  
  
Виходячи з цього, правомірно стверджувати, що культурна діяльність являє собою суспільно вироблений спосіб пізнання світу через переживання й відчуття, які виражають духовну присутність особистості у відтворених культурних формах світу. У ході людського спілкування (як на індивідуальному, так і на груповому рівнях) виявляються два його аспекти - повідомлювальний, суто інформаційний, та залучувальний, що передбачає прилучення до певної діяльності чи певної системи цінностей, певного способу життя тощо.  
  
У туристичній сфері обидва цих аспекти поєднуються надзвичайно гармонійно, створюючи оптимальні умови для активізації пізнавальної діяльності людини, розширення доступного їй "інноваційного простору".  
  
Масовий туризм - порівняно нова для людської цивілізації галузь економіки. Проте у процесі глобальної взаємодії культур ефективність його специфічних комунікативних механізмів виявляється не менш, а то й більш яскраво, ніж у суто матеріальному виробництві, - настільки, що останнім часом дістала назву "культурного глобалізму". Звичайно, у процесі культурної взаємодії причиною домінування одних культур і витіснення інших є здебільшого чинники економічного порядку. Однак не слід недооцінювати й цілком органічного прагнення людини до пізнання "чужого", запозичення тих його елементів, які виглядають привабливими, такими, що дають змогу повніше відчути й проявити себе саме як суспільну істоту. Адже духовний та інтелектуальний розвиток в аспекті розширення "інноваційного простору" передбачає перенесення суб'єкта пізнання на позиції "іншого", що дає змогу встановити більш високий рівень етичних стосунків з ним. Власне, культурну діяльність людини з цього погляду й варто схарактеризувати як прагнення особи до самовизначення в універсумі внутрішнього буття в поєднанні з впливом певних культурних традицій.  
  
Комунікативний процес, таким чином, не обмежується інтер-суб'єктноюта міжкультурною комунікацією. Взагалі гносеологічне тлумачення взаємовпливу культур перетворилося на одну з найважливіших тем культурології. Нині на противагу ідеї монізму культурного розвитку прийшла концепція культурного плюралізму, що характеризується наступними основними положеннями:  
  
1. Культурний зміст є відмінністю, а не спільністю різних людських співтовариств.  
2. Культура виражає "колективне Я" певної людської спільноти , її менталітет, що дає змогу дотримуватися гармонії у взаємодії з навколишнім світом (особливо, наприклад, культури народів Крайньої Півночі, американських індіанців, жителів пустель тощо).  
3. Кожна культура має свої, тільки їй властиві артефакти, символічні форми, іносказання.  
4. Кожна культура є самодостатньою і цілісною, такою, що зберігає свій вплив тільки у межах власної смислової дії.  
5. Не існує культур "вищих" і "нижчих", "прогресивних" і "відсталих" - є лише різні культури. Відмінність між ними полягає тільки в тому, яким чином і в яких формах певна культура виконує аналогічні до інших функції [7,32-33].  
  
Культурний глобалізм - явище, безперечно, того самого порядку, що й глобалізм економічний, і він теж закономірно зустрічає активний масовий спротив, - наприклад, в ісламському світі у зв'язку з воєнною кампанією США проти Іраку почастішали випадки демонстративного остракізму стосовно не тільки американських споживчих товарів, а й голлівудської кінопродукції, інших відомих атрибутів "культури янкі". Можна по-різному ставитися до глобалізації в культурі, однак незалежно від будь-якої заангажованої оцінки вона є реальністю, вона існує й набирає дедалі різноманітніших проявів. Чи однозначно вона є злом? - на це запитання ствердно відповідають багато видатних мислителів сучасності. Однак це природний, закономірний наслідок нечуваної досі інтенсифікації комунікативного процесу, в якому міжнародний туризм відіграє одну з провідних ролей.  
  
Інтегративні тенденції, що виявляються в культурах різних народів, у кінцевому підсумку завжди зумовлюють їх вихід на вищий щабель розвитку. Наприклад, найяскравіші стародавні цивілізації виникали, як правило, на перехрестях торговельних шляхів, а видатні культурні досягнення розносили по світу торговці, прочани, мандрівники, і не в останню чергу - завойовники. Врешті-решт, чи була б Європа тією "колискою" багатьох культур-давньогрецької, римської, на які в свою чергу справили могутній вплив народи Близького та Далекого Сходу, - якби не її винятково сприятливе в цьому плані географічне положення, її суто геополітична відкритість? Певно, що ні. Взагалі "культура тим більше культура, чим у більшій кількості діалогів вона бере співучасть" [8,22-23; 126].  
  
Роль туризму у духовному розвитку людини, формуванні інтелектуально й духовно сприйнятливої, комунікативно відкритої суспільної особистості важко переоцінити. Недаремно давні римляни полюбляли повторювати "Плавати по морю - ось що справді необхідно, а життя - річ не така вже й обов'язкова". У цьому виразі, що став крилатим, відобразився увесь зміст європейського ідеалу "людини, що пізнає", що "відкрита всім вітрам" і стурбована не тим, як залишитися незайманою душевно й інтелектуально, атим, як найцікавіше і з найбільшою користю для суспільства прожити відпущений їй природою час.  
  
Яскравим історичним взірцем втілення цього, так би мовити, "середземноморського" ідеалу мандрівника-першопрохідця є, поза сумнівом, допитливий венеціанець Марко Поло, що в 17 років був у Китаї "правою рукою" великого Хубілай-хана і його довіреною особою у найделікатніших політичних питаннях. Та й сам Христофор Колумб, незважаючи на те, що змушений був діяти у вкрай нецивілізованому оточенні й підкорятися жорстоким вимогам свого часу, все ж таки залишався передусім видатним дослідником, відважним першопрохідцем нікому доти не відомих вод і земель. Невгамовний потяг до пізнання, бажання "осягнути неосяжне", зазирнути, незважаючи ні на які перешкоди, якомога далі за видимий горизонт -саме ці, такі людські й такі зрозумілі якості, що мають під собою воістину шляхетне духовне підґрунтя, зумовили виникнення туризму як специфічно цивілізаційного феномена. І те, що міжнародне мандрівництво нині стає дедалідоступнішим для найширших верств населення, у тому числі й в Україні, - свідчення поступового, хай і не досить послідовного, але все ж таки наближення людства до віками омріяного ідеалу.  
  
В цьому плані міжнародний туризм слід вважати також одним із наймогутніших і найефективніших інструментів забезпечення нового світового порядку. Адже повноцінне формування глобального комунікативного простору (згадуваний вище глобалізм, на нашу думку, слід вважати "дитячою хворобою" цього процесу) можливе лише за умов неухильного і суворого дотримання міжнародних етичних норм. На жаль, нині це твердження поки що піддається сумніву суворою реальністю - втягнутий у війну фактично увесь близькосхідний регіон неминуче зазнає величезних економічних збитків саме через припинення туристських потоків. Причиною цього є, на наш погляд, нерозуміння того, що прибуток від активізації туризму за раціонального підходу може істотно перевищити прибуток від торгівлі нафтопродуктами і зброєю. Це є ще одним свідченням складності й тернистості того шляху, яким нині йде людство у пошуках нового загальноцивілізаційного ідеалу.

***Література***

1. Пазенок В. С. Філософія туризму // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (10-11 жовтня, 2001 p.). - К., 2002.  
2. Проблема "Запад-Восток" в культурологии: Взаимодействие художественных культур. - М., 1994.  
3. Cross-Cultural Samples and Codes. Pittsburgh, 1980.  
4. Handbook of Cross-Cultural Human Development. - N.Y.-L., 1981.  
5. Там само.  
6. InglehartR. Cultural Change. - N.Y., 1989.  
7. Культура и развитие человека: (очеркфилос.-методол. пробл.) / В.П.Иванов, В.П.Козловский, Е. К.Быстрицкий и др. - Киев, 1989.  
8. Цит. за: Антоненко В. Г. Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур//Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (10-11 жовтня, 2001 p.). - К., 2002.