

## ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТЕОРІЇ ТУРИЗМУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ

Хливнюк Тетяна

*Мелітопольський державний педагогічний  
університет імені Богдана Хмельницького*

В умовах глобалізації сучасне суспільство вплетене у складну мережу процесів кроскультурної комунікації, формуючи модерні форми туристичної діяльності. В контексті цивілізаційного розвитку і все більшої відкритості кордонів між державами сучасна людина отримує майже необмежені можливості контактувати з представниками інших культур. [3]

Основна ідея античних філософів, що полягала в розгляді спілкування як вираз соціального інстинкту людини, що змушує людей не лише об'єднуватися в співтовариства, а й вирушати в подорожування, мандри. До особливостей подорожей персонажів античного світу переважно відносять духовнокультурний, безкорисливий характер, що знайшло відображення у динаміці та енергії внутрішнього світу творів багатьох мандруючих мислителів античності. Епоха Середньовіччя засвідчила значну зміну духовних планів, відбивши замкненість зовнішнього та внутрішнього світів сучасників цієї епохи. У теологічних вченнях Св. Августина і Фоми Аквінського також описується зародження паломницького туризму, дається релігійна інтерпретація сутності таких подорожей. [2]

З есея Ф. Бекона "Про подорожі", вже можна дізнатися про розширення горизонтів туризму як організованої форми здобуття і розширення кордонів освіти в Новому Часі, які остаточно закріпилися змінами в суспільному житті часів буржуазних перетворень. Значно ускладнившись, вже як масове суспільне явища, туризм стає об'єктом активного дослідження соціальних наук на межі XIX-XX століть, що призвело до виникнення туризмології у другій половині XX століття.

Особливо важливими, в контексті сьогодення нам видаються роботи Дж. Уррі про феномен туризму як соціальну практику сучасного шляху пізнання світу, як форму дозвільної активності, що протиставляється практиці повсякденного життя. Дж. Уррі ввів в методологію вивчення туризму термін-метафору «туристський пильний погляд» (tourist gaze), що припускає всю сукупність пізнавальної діяльності туристів, а також її відмітні особливості, зазначаючи, що об'єкти туристської уваги включають в себе "різні форми соціальної стереотипізації». [6, с. 82]

В контекстах глобалізаційного поширення стандартів сучасних транснаціональних корпоративних структур проблематика туризму знаходить соціально-філософське трактування в теорії комунікативної дії Ю. Габермаса – як суб'єктно орієнтованої соціальної комунікації. [9, с. 125]

Сьогодні можна стверджувати, що туризм розвивається як специфічний різновид соціальної філософії, який за допомогою філософських категорій і понять рефлексує як соціоекономічний та соціокультурний феномен, обґрунтовуючи загально методологічне підґрунтя теорії туризму (туризмологію). [4]

Інтегративна взаємодія філософії туризму з іншими соціогуманітарними профільними дисциплінами відслідковується в дисциплінах економіки туризму, соціології туризму, психології та педагогіці туризму та туристській праксеології (теорії практичної діяльності в туристській сфері). [8]

Сьогодні існує багато визначень туризму. У великому тлумачному словнику сучасної української мови туризм визначається як «подорожі, які здійснюються за певними маршрутами по своїй країні або за кордоном; поєднують відпочинок з пізнавальною метою, у ряді випадків мають елементи спорту. Тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно ділових цілях».[1]

Як можна стверджувати з надзвичайно широкого кола наукових праць, присвячених туризму, це поняття означає широке коло предметів діяльності, що протиставляється звичайній, утилітарній, практичній діяльності і характеризується переживанням задоволення від самої туристичної діяльності, самого процесу туризму.[10] Важливим для туризму є стан духовної активності людини, різноманітні форми її актуалізації.

У філософському контексті розглядаються і парадоксальність й соціальна цінність, не утилітарність, легковажне і серйозне ставлення, освоєння людьми різних своїх можливостей і трансцендентність людини у процесі освоєння ролей і статусів у туристичній діяльності. [5]

Як самопроекція розвитку особистості, туристична діяльність створює умови для включення індивіда у складні переплетіння освоєння туристичного сервісу та соціальних зв'язків, пробує проектувати таку модель життєдіяльності, в якій акцентується вимога вільного самоздійснення індивіда у кожній конкретній ситуації.[8]

З філософського огляду на історію цивілізаційних формувань і міжкультурних стосунків, туризм можна розглядати як найважливішу умову природного розвитку людської історії, осмислення всезагального та особливого, як фундаментальних вимірів людського способу буття.

Відтак туризм являє собою складне соціально-економічне явище, на яке істотно впливає економіка, політика, соціокультурне середовище, особливості географічного положення країни і демографічний фактор.

#### Список використаних джерел

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови: бл. 250000 сл. / В. Т. Бусел ( уклад. та голов. ред.). – К.; Ірпінь : ВТФ „Перун”, 2005. – 1728 с.
2. Олексенко Р. І. Релігійна соціалізація особистості підприємця / Р. І. Олексенко // Гілея: науковий вісник. - 2015. - Вип. 99. - С. 230-233.
3. Олексенко Р. И. Экономический механизм государственного регулирования туристической отрасли Украины / Р. И. Олексенко, Н. П. Гостева // Современный научный вестник.- 2013. - № 13. - С. 5-15.
4. Пазенюк В.С. Філософія туризму: Навч. посібник- К.: Академвидав, 2008. - 280 с.
5. Попович М. В. Туризм як феномен культури. Всеукраїнський круглий стіл "Філософія туризму". К., 2002.
6. Урри Д. Туристическое созерцание и «окружающая среда» // Вопросы социологии. №7. - М., 1996. - с. 70-100;
7. Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник-довідник: Навчальний посібник. — К.: Дніпро, 2000. — 160 с.
8. Федорченко В.К. Педагогіка туризму / Федорченко В.К., Фоменко Н.А., Охріменко М.І., Цехмістрова Г.С. . – К.: Вид. Дім «Слово», 2004. – 296 с.
9. Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма / Ю. Хабермас // THESIS . – Весна 1993. – Т. 1. – Вып. 2. – С. 123-136.
10. Харрис Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке : Пер. с англ. / Годфри Харрис, Кеннет М.Кац. - М. : Финансы и статистика, 2000. - 237 с.