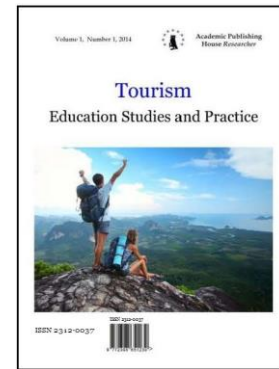


Copyright © 2019 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the Slovak Republic
Tourism Education Studies and Practice
Has been issued since 2014.
E-ISSN: 2409-2436
2019, 6(1): 3-9

DOI: 10.13187/tesp.2019.1.3
www.ejournal10.com



Articles

Tourism and Its Influence on the Transnationalization of Leisure Culture

Olga P. Boyko ^{a, *}, Andrii E. Lebid ^a, Alona E. Pavlenko ^a

^a Sumy State University, Sumy, Ukraine

Abstract

The article considers tourism as a type of cultural and leisure activity. Attention is focused on the importance of tourism in the processes of transnationalization of culture. Attention is focused on the conditions that predetermine the development and functioning of the tourism and leisure industry: globalization, informatization, and technologicalization. Attention is drawn to the concept of “ethnic” and its role in the modern world. It is shown that traditional forms of leisure have recently become transnational in nature. The problems of leisure in a post-industrial society are considered. Attention is focused on the transformation of the world of work and the role of leisure in modern life. It is shown that non-working hours are increasingly filled with leisure and entertainment.

Keywords: leisure, tourism, transnationalization cultures, popular culture, communication, culture industry, globalization.

1. Введение

Учитывая приведенный анализ литературы и другие труды, феномен туризма является объектом пристального внимания. В трудах исследователей проблематизация ведется сквозь призму таких понятий, как детерриториализация и маргинализация социокультурного пространства, децентрация социальных субъектов, личный поезд к странствиям и тому подобное. А также, можно проследить, что с самого начала исследования туризма, этот феномен общественной жизни имеет большое влияние на транснационализацию культуры в целом и культуры досуга в частности. Следовательно, именно через туризм происходит «вхождение» индивида в другую социокультурную среду, встречу и диалог с ним не только на личностном, но и институциональном уровне.

Сущность информационно-сетевое общества определяется в значительном приоритете элементов досуга и обеспечении всестороннего развития личности, реализации творческого потенциала индивида. Одной из таких форм досуговой деятельности в контексте кросс-культурных трансформаций является туризм в его различных формах и модификациях, стимулирующие рекреационные, коммуникативные, образовательные возможности в контексте познавательной активности быта, традиций, паттернов мышления и поведения представителей других культур. Туризм представляет собой неотъемлемую

* Corresponding author
E-mail addresses: boykoolgao204@ukr.net (O.P. Boyko)

часть жизни общества и выступает в качестве феномена мирового масштаба. Трансформация социальностей к всё возрастающей масштабности элементов досуга в бытийственных практиках постинформационного индивида разнообразит проведение им досуга с учётом запросов интеллектуального развития и саморазвития, усиливая при этом когнитивно-культурные аспекты туризма. Кросс-культурные коммуникации способствуют взаимообогащению и саморазвитию поликультур, расширяя диапазон культурных и деловых контактов.

С другой стороны, туризм, определяя кросс-культурный ландшафт, предопределяет и развитие инновационных процессов в культурной среде, что в свою очередь актуализирует кросс-культурные коммуникации.

2. Материалы и методы

Основу нашего исследования составляют наработки современных ученых, в области кросс-культурных исследований и проектов, теории и практики коммуникации, философии и семиотики культуры. Нам представляется важным комплексное исследование трансформации мировоззренческих и ценностных ориентаций в контексте глобальной индустрии туризма, сопряжённой с модификациями образовательного пространства и транснационализацией культуры досуга. В этом контексте, как кажется, уместно использование метода анализа диалоговых форм культуры, а также интерпретационные модели кросс-культурных коммуникаций, как основополагающие в исследовании индустрии туризма и досуга. При написании работы нами также были использованы различные общенаучные и специальные принципы и методы, прежде всего – принципы диалогизма, системности, антропологизма и другие.

3. Обсуждение

Следует отметить, что особенностью изучения феномена туризма на современном этапе и, в частности, вопросов транснационализации культуры досуга, является тот факт, что в модели «свободного времени» человек современности приобретает огромные возможности для реализации своих культурно-досуговых интересов и потребностей, особенно в условиях открытого мира. Среди исследователей, заложивших принципы научного осмысления феномена туризма, следует указать работы В. Антоненко (Антоненко, 2004), В. Горского (Горский, 2002), И. Зязюна (Зязюн, 1999), В. Ляха (Лях, 2004), В. Малахова (Малахов, 2008), В. Пазенка (Пазенок, 2001) и других исследователей.

Социально-философский дискурс феномена туризма находит своё отражение и в трудах зарубежных учёных, посвященных исследованию коммуникативных механизмов и социально-онтологических принципов диалога, коммуникации культур, «мотива чужого» в современной науке и др. Среди прочих, в этом контексте следует отметить работы К.О. Апеля (Апель, 2001), Б. Вальденфельса (Вальденфельс, 2004), В. Вельша (Вельш, 1992), А. Флиера (Флиер, 1998) и других учёных.

Вместе с тем, в отмеченных трудах еще недостаточно исследованные вопросы глубинной коммуникации экзистенции в туризме, влияние туризма на формирование и трансформацию мировоззренческих и ценностных ориентаций социальных субъектов, а также значение коммуникации в сфере туризма, роль познавательного туризма в сфере досуга, а также место и роль туризма в образовательном пространстве. Следовательно, принимая во внимание тот факт, что проблема туризма как формы досуга в понимании его человеко-творческого потенциала рассмотрена недостаточно, то цель нашей работы – показать влияние туризма на транснационализацию культуры досуга.

4. Результаты

Термин «туризм» вошёл в обиход научного сообщества где-то с начала XIX в., с публикацией словаря французского языка, где была дана дефиниция туриста, как странствующей особы, из любопытства «убивающего» своё свободное время. Туризм как социальное явление предстаёт во всей своей многогранности и сложности, что предопределяет на сегодня различные его интерпретации, свидетельствующие, по нашему мнению, о существовании реальной научной проблемы. К 60-м гг. XX века мы относим первые попытки теоретического осмысления этого феномена, в контексте утверждения

Д. Бурстином того факта, что турист заколдован всем ненастоящим и поверхностным – «псевдособытием» (Boorstin, 1992).

Не оставляет сомнения влияние рекламы и СМИ, продуцирующие образы и спросы системы потребностей и иллюзий в культуре досуга, определяющие основания отбора и оценок потенциальных туристских дестинаций. Дестинацией называется территория, которая предлагает определенный набор услуг, которые отвечают требованиям туриста, удовлетворяют его спрос на перевозку, питание, развлечения и является целью его путешествия. Таким образом, дестинация должна иметь:

- а) определенный набор услуг;
- б) культурно-исторические достопримечательности;
- в) информационные системы.

Антропологический вектор исследований туризма наиболее актуальным становится с 70-х гг. XX в. И связан, в частности, с работами американского социолога Д. Маккенела. Им был предпринят анализ феномена туризма и туристических потоков в контексте семиотической и социально-антропологической переменных. Учёный рассматривает туризм в контексте выдвинутой им новой теории досугового класса. В частности им было отмечено, что: «То, которое начиналось как деятельность, которая пристала герою (Александр Македонский), постепенно становится целью социально организованной группы (крестоносцы), признаком статуса целого общественного класса (гранд-туры английских джентльменов) и, наконец, перерастает в универсальный опыт (туристы)» (MacCannell, 1988: 14).

Проведённый анализ позволил учёному сделать вывод, что именно турист является моделью современного и что именно сфера туризма – наиболее репрезентативна для статистического представителя среднего класса западного мира, который «прочесывает мир в поисках опыта и впечатлений» (MacCannell, 1988: 14). Он также предположил, что туризм по своей природе предопределяет появление пространств-«кривых зеркал», составляющие достопримечательности и объекты туристических паломничеств, но не являющиеся в то же самое время истинными, настоящими достопримечательностями (MacCannell, 1988: 74).

Неоспоримым является тот факт, что туризм формирует иную, новую реальность современности, охарактеризованную Д. Клиффордом как *travelling culture*, мыслимая и как «странствующая культура», и как «культура странствий», как культура гибридных самопрезентаций (Clifford, 1997: 24).

В этом контексте З. Бауман, анализируя образы паломника, бродяги, игрока, туриста приходит к выводу, что все они выступают парадигмальными образцами культурного пространства идентичности. Им отмечается тот факт, что «туризм когда-то населял обочину собственно социального действия (если бродяга был маргиналом, то туризм был маргинальной деятельностью), но теперь переместился в центр (как типаж и как деятельность)» (Бауман, 2003). По мнению исследователя «турист сознательно и систематически ищет приключений, новых, непохожих на старые волнения, поскольку радости давно знакомого вошли в привычку и больше не захватывают» (Бауман, 2003). Психологическая интерпретация феномена туризма нашла своё отражение также в работах А. Адлера, А. Маслоу, Ф. Пирса, которые в своих трудах, через концепцию индивидуального жизненного пространства, рассмотрели мотивационную составляющую путешествий.

Интерпретация туризма как рекультивации архаичного номадизма отражена в трудах Ж. Делёза и Ф. Гваттари, где номад – это кочевая культура, в противовес ризоме – корню. Если «оседлый» характер европейской цивилизации означал до этого времени своеобразную «территориализацию» желаний, то туризм – эрзац «детерриториализации»: стирание не только географических и культурных, но и психологических и ментальных границ (Делёз, Гваттари, 1996).

А.Я. Флиер характеризует туризм как сложный комплекс явлений, структурированный в образах и символике массовой культуры. Исследователь рассматривает туризм в терминах систематики индустрии развлечений, оздоровительного и интеллектуального досуга, физической реабилитации индивида (Флиер, 1998: 144).

Следует отметить, что туризм является важным инструментом социального развития, а его умелое использование выводит экономику стран на качественно новый уровень, обеспечивает государствам развитие дотационных территорий, привлечение

дополнительной рабочей силы, скорые и высокие прибыли, ощутимый прогресс во всех сферах общественной жизни.

Анализ индустрии досуга в современном мире сделал возможным указать на некоторые тенденции и тренды его развития. Во-первых, это процессы глобализации, разрушающие доминанты оседлости современного человека с параллельным и одновременным расширением его жизненных пространств и перспектив.

Во-вторых, это процессы информатизации социальных сетей, рост беспроводных технологий, усовершенствование платежных систем и механизмов электронной защиты, определяющие развитие институтов бизнеса и потребления в сфере туристических услуг. Как отмечает Дж. Харрисон, на сегодня европейский туристический on-line рынок состоит из таких основных сегментов: сайты авиалиний (28 %), туроператоры (27 %), онлайн агентства путешествий (26 %), железной дороги (9 %), компании по аренде автомобилей (3 %) и тому подобное (Harrison, 2001: 159). Всё это, на фоне цифровой революции в секторе туристических услуг, свидетельствует о развитии нового вида туризма – виртуального.

В-третьих, развитие науки, техники и технологий, технологизация сферы туристических услуг, делают более мобильными туристические потоки, стимулируют появление специфических видов туризма, как-то космического туризма, привычного и типичного в своей повседневности. Следовательно, туризм является важным фактором позитивной глобализации современного социума, который способствует превращению противостояния культур в их диалог, сохранению естественного и культурного наследия, создает новые зоны социальной занятости.

Несомненным является тот факт, что в современном мире туризм выступает катализатором и детерминантом утверждения принципов демократии и ценностей гражданского общества в глобальном контексте. В этом контексте нельзя не согласиться с М. Мид, по мнению которой: «Путешественник, который один раз вышел из дома, является мудрее, чем тот, кто никогда не переступал собственного порога, так и знание о другой культуре должно заострить нашу способность познавать с большей назойливостью, оценивать с большей симпатией нашу собственную» (Мид, 1988: 95).

Помимо прочего, туризм способствует удовлетворению растущих духовных запросов и потребностей, дифференциации социальных сетей, формированию моделей социального поведения. Подход к туризму, как к массовому временному перемещению больших групп людей в другую социокультурную среду, открывает возможность осознать его не как рядовое жизненное явление, но как комплексный социальный процесс, который сопровождается формированием новых социальных структур и инфраструктур, а также вызывает глубокие трансформации в индивидуальном и общественном сознании. Следует отметить, что туризм имеет важное значение в удовлетворении целого комплекса потребностей человека, начиная с базовых, физиологических и заканчивая познавательными, культурными, духовными и самореализацией. Благодаря туризму, человек может познать не только окружающий мир, жизнь и культуру других народов, но и испытать себя в необычных экстремальных ситуациях, глубже познать и понять культуру своего народа, собственный культурный горизонт восприятия и понимания мира.

Транснационализация культурного пространства средствами туризма – это процесс, когда социокультурное пространство наполняется новым ценностно-смысловым содержанием, для которого не существует границ. Исследование сферы туризма вносит определенные инновации в понимание фундаментов формирования и особенностей изменений мировоззренческих и ценностных ориентаций в современном мире, поскольку в процессе межкультурной, межсоциальной коммуникации, происходит осмысление и переосмысление туристами жизненных ценностей, мировоззренческих ориентаций и культурных горизонтов собственного сознания.

5. Заключение

Проведенное исследование показывает, что туристическая деятельность социальных субъектов, которая осуществляется при содействии туристических агентств и государственных органов, предоставляет коммуникации между народами гуманоцентрированного содержания, активизирует измерения экзистенций личности,

формірує її мировоззренчіє і культурні критерії, які визначають образ впливу на встановлення атмосфери взаєморозуміння і довіри як між індивідами, так і між народами, які вони представляють. Для багатьох країн світу, туризм є стимулюючим фактором удосконалення суцільних відносин, становлення неформальних суцільних інститутів, які конституюються як суцільні складові громадянського суцільства. В той же час в умовах демократичного суцільства самоорганізація суцільних інститутів «знизу» стає цивілізованішою, всі більш відповідною еталонам демократії і свободи особистості.

Таким образом, туризм є ефективним суцільним інститутом, формою культури дозуга, який може продуктивно розв'язувати неотложні суцільні і моральні проблеми сучасного мирового співдружества, удосконалювати моделі, програм і стратегій глобального співробітництва в напрямленні подолавання бідності і породженого на її ґрунті тероризма, з'ясування напруженості між регіонами планети, досягнення якісно нового рівня суцільного розвитку.

Література

- Антоненко, 2004 – Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник міжцивілізаційної взаємодії і взаємозбагачення культур // *Філософія туризму*. Київ, 2004. 268 с.
- Апель, 2001 – Апель К.-О. Трансформація філософії. Москва, 2001. 344 с.
- Бауман, 2003 – Бауман З. От паломника к туристу // *Соціологічний журнал*. 2003. № 4. С. 133-154.
- Биржаков, 2000 – Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб. 2000. 192 с.
- Вальденфельс, 2004 – Вальденфельс Б. Топографія чужого: студії до феноменології чужого. Київ: ППС-2002, 2004. 206 с.
- Вельш, 1992 – Вельш В. «Постмодерн». Генеалогія і значення одного спорного поняття // *Путь*. 1992. № 1. С. 109-136.
- Горський, 2002 – Горський В.С. Подорож як феномен культури // *Всеукраїнський круглий стіл «Філософія туризму»*. Київ, 2002.
- Делез, Гваттари, 1996 – Делез Ж., Гваттари Ф. Ризома // *Філософія епохи постмодерна*. Минск, 1996. С. 6-31.
- Зязюн, 1999 – Зязюн І.А. Філософія туризмології // *Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія*. Київ, 1999.
- Лях, 2004 – Лях В.В. Туризм у контексті міжетнічних та кроскультурних відносин // *Філософія туризму*. Київ, 2004. С. 57-63.
- Малахов, 2008 – Малахов В.А. Апологія туризму. Екзистенційно-етичний нарис туризму як різновид подорожування // *Право бути собою*. Київ: Дух і Літера, 2008. С. 293-309.
- Мид, 1988 – Мид М. Культура і мир дитинства. Москва: Наука, 1988. 429 с.
- Пазенок, 2001 – Пазенок В.С. Феномен туризма: «человеческое измерение» // *Гостиничний і ресторанний бізнес*. 2001. № 1.
- Текелі, Таркан, 1999 – Текелі Х., Таркан Э. Глобальні тенденції, їх вплив на розвиток менеджменту і маркетингу туризму / *Матеріали I-ї генеральної асамблеї BSTEN і Міжнародної науково-практичної конференції «Туризм на порозі III тисячелеття»*. Сочи-Ялта. 1999–2000.
- Урри, 2003 – Урри Д. Взгляд туриста и глобализация // *Критическая масса*. 2003. № 2. С. 124-132
- Флиер, 1998 – Флиер А.Я. Массовая культура и ее социальные функции // *Общественные науки и современность*. 1998. № 6. С. 144-146.
- Франческо, 2002 – Франческо Ф. Туризм как фактор устойчивого развития // *Гостиничний і ресторанний бізнес*. 2002. №7.
- Boorstin, 1992 – Boorstin D. The Image. A Guide to Pseudo-Events in America. Ed. N.-J. Vintage Books, 1992. 319 p.
- Clifford, 1997 – Clifford J. Travel and Translation in the Late Twentieth Century. Cambridge, 1997.
- Harrison, 2001 – Harrison J. Thinking about Tourists // *International Sociology*. 2001. Vol. 16. № 2. Pp. 159-172.

MacCannell, 1988 – MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York: Schocken. 1988.

References

- Antonenko, 2004 – Antonenko, V.H. (2004). Mizhnarodnyi turyzm yak chynnyk mizhtsyvilizatsiinoi vzaiemodii i vzaiumozbahachennia kultur. *Filosofiiia turyzmu*. Kyiv. 268 p. [in Ukrainian]
- Apel', 2001 – Apel', K.-O. (2001). Transformatsiya filosofii [The transformation of philosophy]. M. 344 p. [in Russian]
- Bauman, 2003 – Bauman, Z. (2003). Ot palomnika k turistu [From a pilgrim to a tourist]. *Socziologicheskij zhurnal*. №4. Pp. 133-154. [in Russian]
- Birzhakov, 2000 – Birzhakov, M.B. (2000). Vvedenie v turizm [Introduction to tourism]. SPb. 192 p. [in Russian]
- Boorstin, 1992 – Boorstin, D. (1992). The Image. A Guide to Pseudo-Events in America. Ed. N.-J. Vintage Books. 319 p.
- Clifford, 1997 – Clifford, J. (1997). Travel and Translation in the Late Twentieth Century. Cambridge.
- Delez, Gvattari, 1996 – Delez, Zh., Gvattari, F. (1996). Rizoma [Rhizome]. *Filosofiya e`pokhi postmoderna*. Minsk. Pp. 6-31. [in Russian]
- Flier, 1998 – Flier, A.Ya. (1998). Massovaya kul`tura i ee soczial`ny`e funkczii [Mass culture and its social functions]. *Obshhestvenny`e nauki i sovremennost`*. №6. Pp. 144-146. [in Russian]
- Franchesko, 2002 – Franchesko, F. (2002). Turizm kak faktor ustojchivogo razvitiya [Tourism as a factor of sustainable development]. *Gostinichny`j i restoranny`j biznes*. №7. [in Russian]
- Harrison, 2001 – Harrison, J. (2001). Thinking about Tourists. *International Sociology*. Vol. 16. № 2. Pp. 159-172.
- Horskyi, 2002 – Horskyi, V.S. (2002). Podorozh yak fenomen kultury. *Vseukrainskyi kruhlyi stil «Filosofiiia turyzmu»*. Kyiv. [in Ukrainian]
- Liakh, 2004 – Liakh, V.V. (2004). Turyzm u konteksti mizhetnichnykh ta kroskulturnykh vidnosyn. *Filosofiiia turyzmu*. Kyiv. Pp. 57-63. [in Ukrainian]
- MacCannell, 1988 – MacCannell, D. (1988). The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York: Schocken.
- Malakhov, 2008 – Malakhov, V.A. (2008). Apolohiia turyzmu. Ekzystentsiino-etychnyi narys turyzmu yak riznovyd podorozhuvannia. *Pravo buty soboiu*. Kyiv: Dukh i Litera. Pp. 293-309. [in Ukrainian]
- Mid, 1988 – Mid, M. (1988). Kul'tura i mir detstva [Culture and the world of childhood]. Moskva: Nauka. 429 p. [in Russian]
- Pazenok, 2001 – Pazenok, V.S. (2001). Fenomen turizma: «chelovecheskoe izmerenie» [The phenomenon of tourism: the "human dimension"]. *Gostinichny`j i restoranny`j biznes*. №1.
- Tekeli, Tarkan, 1999 – Tekeli, Kh., Tarkan, E. (1999) Global'nye tendentsii, ikh vliyanie na razvitie menedzhmenta i marketinga turizma [Global trends, their impact on the development of tourism management and marketing]. *Materialy I-i general'noi assamblei BSTEN i Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Turizm na poroge III tysyacheletiya»*. Sochi-Yalta. 1999–2000. [in Russian]
- Urri, 2003 – Urri, D. (2003). Vzglyad turista i globalizacziya [The Tourist's View and Globalization]. *Kriticheskaya massa*. №2. Pp. 124-132. [in Russian]
- Valdenfels, 2004 – Valdenfels, B. (2004). Topohrafiia chuzhoho: studii do fenomenolohii chuzhoho. Kyiv: PPS-2002, 2004. 206 p. [in Ukrainian]
- Vel'sh, 1992 – Vel'sh, V. (1992). «Postmodern». Genealogiya i znachenie odnogo spornogo ponyatiya [“Postmodern”. Genealogy and the meaning of a controversial concept]. *Put'*. № 1. Pp. 109-136. [in Russian]
- Ziazium, 1999 – Ziazium, I.A. (1999). Filosofiiia turyzmolohii. *Turyzm na porozi XXI stolittia: osvita, kultura, ekolohiia*. Kyiv. [in Ukrainian]

Туризм и его влияние на транснационализацию культуры досуга

Ольга Петровна Бойко ^{а, *}, Андрей Евгеньевич Лебедь ^а, Алёна Евгеньевна Павленко ^а

^а Сумский государственный университет, Сумы, Украина

Аннотация. В статье туризм рассматривается как вид культурно-досуговой деятельности. Акцентируется внимание на значении туризма в процессах транснационализации культуры. Акцентируется внимание на условиях, предопределяющие развитие и функционирование индустрии туризма и досуга: глобализации, информатизации, технологизации. Обращено внимание на понятие «этническое» и его роль в современном мире. Показано, что традиционные формы досуга в последнее время приобретают транснациональный характер. Рассматриваются проблемы досуга в постиндустриальном обществе. Акцентируется внимание на трансформацию сферы труда и роль досуга в современной жизни. Показано, что вне рабочее время все больше заполняется досугом и развлечениями.

Ключевые слова: досуг, туризм, транснационализация культуры, глобализация, массовая культура, коммуникация, культурная индустрия.

* Корреспондирующий автор
Адреса электронной почты: boykoolga0204@ukr.net (О.П. Бойко)