

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

ОРЛОВА ОЛЕНА ВЯЧЕСЛАВІВНА

УДК379.85 : 008

**ТУРИЗМ В КОНТЕКСТІ АКСІОЛОГІЧНОЇ
ПРОБЛЕМАТИКИ КУЛЬТУРИ**

26.00.02 – світова культура і міжнародні культурні зв'язки

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата культурології

Київ – 2012

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Національному педагогічному університеті імені М.П.Драгоманова, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України

Науковий керівник:

доктор філософських наук, професор,
Легенький Юрій Григорович,
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова,
завідувач кафедри дизайну та реклами.

Офіційні опоненти:

доктор філософських наук, професор,
Меднікова Галина Сергіївна,
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова,
професор кафедри культурології;

кандидат культурології,
Крупеніна Лідія Валеріївна,
Одеський національний
політехнічний університет,
доцент кафедри культурології
та мистецтвознавства.

Захист відбудеться «21» травня 2012 р. о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.053.20 в Національному педагогічному університеті імені М.П.Драгоманова, за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розісланий «20» квітня 2012 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

Н.Б.Адаменко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Сучасний світовий туризм постає важливим чинником у розвитку країн, їх економічної, соціальної сфери та духовної культури. Феномен туризму – надзвичайно багатий за змістом і розмаїтий за проявами. Завдяки своїм функціям – світоглядній, культурно-пізнавальній, соціальній, комунікативній, інтегративній, рекреаційній – він істотно впливає на стиль життя людини, процеси самопізнання і самовдосконалення та на її ідентифікацію.

Завдяки туризму відбувається збереження культурної спадщини, природного ландшафту, пам'яток архітектури, шедеврів живопису, що можна зазначити як турресурс. В той же час підвищується інтерес до суб'єктного простору культури – традицій, звичаїв, обрядів, ментальності етносу, нації та ін., що сприяє діалогу культур, їх розвитку взагалі. У цьому контексті актуалізується аксіологічний аспект туризму.

Такі категорії теорії туризму, як «турпродукт», говорять про те, що він визначається вимірами соціально-економічного порядку. Проте зараз постає проблема осмислення простору туризму в контексті культурних практик. Тут є важливою не лише проекція досвіду цих практик на туристичну діяльність, а розуміння культурного туризму як особливого феномену, в якому на перший план виходять не тільки споживацькі аспекти, а духовно-пізнавальні, комунікативні, ціннісно-орієнтаційні. Актуальність аксіологічної проблематики полягає у розумінні значення туризму для розвитку особистості, її ціннісних орієнтацій, самореалізації в культурі на противагу суто споживацької стратегії споглядання, розважання.

У сучасних дослідженнях ціннісні аспекти туризму розглядаються В. Квартальновим, В. Зоріним, Чжун Сяньвеем, Є. Бортниковим як такі, що мають широкий соціокультурний сенс, сприяють розвитку особистості, міжособистісній взаємодії, міжкультурній комунікації. Важливим є аналіз туризму як соціально-культурного феномену, що здійснювали С. Лішаєв, В. Сіверс, Дж. Джафарі, розглядаючи його вплив на соціум та розвиток тих соціальних потреб. Це породжує піднесення та поширення туризму як однієї з функціональних сфер культури, елемента і засобу культуротворення, чинника означення культури.

Аксіологічні аспекти туристичної діяльності розглядаються в контексті діяльнісної інтерпретації культури, де остання визначається як творча діяльність, пов'язана з розвитком людини як суб'єкта діяльності (Е. Баллер, Н. Злобін, Л. Коган, В. Межуєв). Розвиток культури при такому підході збігається з розвитком особистості в будь-якій галузі суспільної життєдіяльності, зокрема, й туристичної діяльності.

Актуальність дослідження в контексті туристичної діяльності в Україні полягає в осмисленні особливостей сучасного культурного туризму, що спонукають до розвитку особистості. Базуючись на аксіологічному підході, у дисертації запропоновано концепції щодо національного туризму, з урахуванням етнонаціональної своєрідності культури України.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження є складовою частиною комплексної науково-дослідної роботи кафедри дизайну та реклами Інституту філософської освіти і науки «Актуальні проблеми

дизайну, реклами, моди, архітектури в контексті культурологічних та антропологічних досліджень», що входить до тематичного плану науково-дослідної роботи Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова «Дослідження проблем гуманітарних наук» (протокол № 5 від 29 січня 2009 р.). Тему дисертаційного дослідження затверджено Вченою радою Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (протокол № 4 від 25 листопада 2011 року).

Об'єкт дослідження – туризм як традиційна культурна практика.

Предмет дослідження – аксіологічні виміри туристичної діяльності.

Мета дослідження – визначити місце, роль та ознаки туристичної діяльності в контексті аксіологічної проблематики культури.

Відповідно до поставленої мети завданнями дослідження є:

- надати експлікацію аксіологічних вимірів культуротворчості в туристичній діяльності;
- визначити культурні цінності засадничими «турпродукту» в просторі турпроекту;
- охарактеризувати туриста як суб'єкта культуротворення;
- визначити значення туризму в умовах сучасної культурної політики;
- дослідити туризм як засіб діалогу культур;
- надати характеристику туристичної діяльності як засобу актуалізації культурних ресурсів регіонів;
- окреслити тенденції розвитку культурного туризму в Україні;
- визначити потенціал культурного туризму в Україні з позицій аксіологічного феномена.

Методи дослідження. Запропонована у дисертаційному дослідженні методологія являє собою множинність методологій, де вирізняються своєрідні методологічні системи. Жодна з класичних чи некласичних методологій не визначалася як єдино правильний пізнавальний інструмент. В дисертації використовувалися загально-філософські та загально-наукові методи історизму, історико-культурної реконструкції туристичної діяльності, порівняльні та проектно-модельні стратегії аналізу аксіологічної проблематики туризму. Системний, структурно-функціональний, компаративістський підходи дали можливість визначити культурний туризм як цілісну реальність сучасної культури в контексті глобалізаційних процесів.

Наукова новизна роботи полягає у тому, що у дисертації туристична діяльність вперше досліджується як культурна практика в аксіологічному аспекті, ціннісні виміри культуротворення в туристичній діяльності визначаються як чинники її гуманізації.

Наукова новизна отриманих результатів розкривається у наступних положеннях, що виносяться на захист:

Вперше:

- туристична діяльність інтерпретується як така, що ґрунтується на аксіологічних засадах: не лише як споживання цінностей культури, а саморозвиток, самореалізація, та ідентифікація особистості туриста;

– ціннісно-культурний потенціал України презентується в контексті туристичної діяльності, орієнтованої на засвоєння цінностей ландшафтної культури (унікальних природних ландшафтних рекреацій, парків, історико-культурних заповідників тощо);

Уточнено:

– феномен сприйняття цінностей культури, змодельований на екзистенціальних, психологічних, естетичних, рекреаційних аспектах, постаючи складовою аксіологічної концепції туризму;

– розуміння туриста як суб'єкта культуротворення. Наголошується, що турист, стає суб'єктом культури, якщо в його діяльності актуалізується історико-культурний потенціал турпродукту, що має бути ним засвоєний як аксіологічна основа культури;

– поняття єдиного інформаційного поля, створеного мережею Інтернет, як чинника формування настанов на сприйняття аксіологічного потенціалу культурних пам'яток;

Дістало подальшого розвитку:

– концептуальне обґрунтування туризму як культурної практики, що передбачає поєднання відпочинку (рекреативної функції) з пізнанням життя, історії та культури іншого народу;

– положення про діалогічну основу культурного туризму, яка сприяє поширенню культурних універсалій у кожній культурі та їх розвитку і взаєморозумінню;

– твердження про те, що цінності культури в туризмі набувають не логічно-раціонального ствердження, а образної форми вираження.

Практичне значення роботи полягає у тому, що в теорії туризму розширюються межі суто споживацької та утилітарної моделі культурного туризму, робиться акцент на особистісному вимірі туризму, привертається увага до особистості туриста, враховуючи його прагнення до культурного розвитку і особистісного самовизначення. Автор проектує на туризм діяльнісну концепцію культури, що надає можливість побачити феномен туризму в різних площинах життєдіяльності.

Це збагачує уяву про туризм як таку культурну практику, яка у всіх країнах стає пріоритетною стратегією розвитку культури. Результати дослідження можуть бути використані для створення авторських курсів з теорії туризму та аксіологічних інтерпретацій туристичної діяльності, що у спрощеному вигляді має назву культурного туризму. У дисертаційному дослідженні підкреслюється, що саме культурна модель туризму має стати в навчальних курсах визначальною для наступного структурування усіх інших диференційних ознак туристичної діяльності.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є оригінальною роботою. Висновки і положення наукової новизни одержані автором самостійно.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були обговорені на методологічних семінарах кафедри дизайну та реклами НПУ імені М.П. Драгоманова, оприлюднені автором у доповідях та повідомленнях на міжнародних, всеукраїнських, регіональних наукових конференціях: «Педагогічні і рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля» (м. Київ, 2004 р.), «Простір гуманітарної комунікації» (м. Київ, 2008 р.), «Мистецька освіта України: історія,

сьогодення, поступ» (м.Київ, 2008 р.), «Українська культура ХХІ століття: стан, проблеми, тенденції» (м.Київ, 2010 р.).

Публікації. Основні положення і висновки дисертаційного дослідження було висвітлено у формі наукових публікацій. А саме – у чотирьох статтях, які розміщено у фахових виданнях з культурології.

Структура і обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Обсяг роботи – 190 сторінок, з них основного тексту – 176 сторінок. Список використаних джерел включає 172 найменування і складає 14 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено мету та завдання дослідження, об'єкт, предмет дослідження, подано методи дослідження, розкрито наукову новизну, наведені дані про практичне значення та апробацію роботи.

У Розділі I. – **«Теоретико-методологічні засади дослідження»** – надається історіографія проблеми, визначаються аксіологічні виміри культуротворчості в туристичній діяльності, характеризується суб'єкт туристичної діяльності.

У підрозділі 1.1. – **«Аксіологічні виміри культури та туризму»** – аналізується література щодо вивчення аксіологічної проблематики туризму в культурологічному аспекті та зазначається, що аксіологічні виміри туризму тепер стають культурно зазначеною реальністю туристичної діяльності.

Ціннісна проблематика культури вперше стає окремим предметом дослідження у філософії неокантіанства. Априорі визначені цінності культури давали можливість відійти від панівного в ті часи психологізму та позбавитись від емпіризму, який деяким чином спрощував реальності культури.

Концепції культуротворення О. Шпенглера та М. Данилевського стають підґрунтям для специфікації туристичної діяльності, орієнтованої на засвоєння тої чи іншої культури.

Семіотичні інтерпретації культури (Ч. Пірс, Ю. Лотман, В'яч. Іванов) надають можливість структурувати туристичну діяльність за знаково-модельними ознаками, як певний комплекс (єдність турпродукту, туристичного споглядання, рекреаційного потенціалу тощо).

Операційним поняттям культури, що використовується культурними практиками, зокрема туризмом, є розуміння культури як сукупності матеріальних і духовних цінностей, накопичених суспільством на певній стадії свого розвитку, які розпредмечуються суб'єктом в процесі діяльності, слугуючи його розвитку, самовизначенню.

Розробка і обґрунтування діяльнісної концепції культури, що стала однією з найвпливовіших на усьому пострадянському інтелектуальному просторі, належить, перш за все, Е. Маркарян, М. Кагану, Л. Когану, В. Межуєву, В. Шинкаруку. Так Е. Маркарян розглядав культуру як систему, що самоорганізується і є специфічним модусом соціальної самоорганізації та способом регуляції життєдіяльності суспільства. Саме завдяки культурі діяльність людей стимулюється, мотивується, програмується, набуває певних ціннісних ознак. Л. Коган, В. Межуєв, Н. Злобін та

ін. визначають культуру як творчу діяльність, в якій і через яку відбувається розвиток особистості як універсального суб'єкта суспільно-історичного процесу, її самореалізація, формуються ціннісні установки.

Діяльнісний підхід розглядає культуру неначе з двох боків: як процес виробництва цінностей, з одного боку, і як продукт, тобто самі цінності, з іншого. При цьому головним є здатність тієї або іншої культури дати світу «свої», неповторні цінності, що фіксують етноментальне світовідчуття.

Проаналізовані концепції культури, які є важливими для розуміння туризму як такої діяльності, яка дає можливість здійснити діалог на рівні суб'єктів культур та на рівні живого акту культуротворення, визначити аксіологічні аспекти туристичної діяльності.

Теоретико-методологічні аспекти розвитку туризму протягом останніх років активно досліджуються українськими фахівцями, зокрема відомими філософами й культурологами – М. Поповичем, В. Федорченком, Г. Горак, В. Пазенком, Є. Панковою, Т. Пархоменко та іншими. В своїх працях вони розглядають туризм як явище культури і чинник духовного розвитку особистості, виявляють світоглядні аспекти туризму.

В підрозділі 1.2. – *«Культурні цінності як феномен сприйняття в контексті туристичної діяльності»* – визначаються культурні цінності в просторі турпроєкту.

Туристична діяльність так чи інакше пов'язана з рекреаційним потенціалом, який має свої культуровимірні аксіологічні ознаки. Вони можуть бути як суто природними, так і культурно означуваними. Можуть бути вільними від прибуткових і бізнесових мотивацій, які здійснюються фірмами-посередниками. Зазначимо, що загальноприйнятий в теорії туризму підхід до культурної спадщини як до туристичних ресурсів є функціонально утилітарним. Категорії «ресурс», «продукт» належать лексику менеджменту і маркетингу. При аксіологічному аспекті туризму в широкому сенсі, який став розумітися як загальнокультурний, поняття «ресурси», «рекреація», «продукт» не допоможуть збагнути культурної цінності того чи іншого регіону або тієї чи іншої туристичної реальності, яка здійснюється як об'єкт споглядання в процесі турпроєкту.

Однією із типових форм осягнення туристичної діяльності в контексті туристичних ресурсів, можна зазначити, роботи Є. Панкової, де культура України розглядається в певному контексті історико-культурного значення пам'яток, описуються твори мистецтва, той культурний комплекс, який пов'язаний з культурним надбанням. Це суто предметне розуміння культури і культурних цінностей. Адже історико-культурний контекст допомагає розсунути предметні реалії, побачити їх ширше, уявити як можливість культуротворення.

Зазначається, що потрібно розробляти аксіологію туристичної діяльності в її історико-культурному контексті, що суттєво активізує розробку цієї проблематики і в культурології, етнології, архітектурі. Особливо це стосується теорії і історії архітектури, яка ще не здійснила атрибуцію пам'яток як пам'ятування місця, як креативного витоку місця, за яким стоїть величезний досвід історії культури та потенціалу існування часу.

Запропоновані стратегії розвитку туристичної діяльності є основою створення моделі сприйняття феноменів культури з аксіологічної точки зору, що дає можливість розвиватися туризму не суто на інформаційній основі, а заглиблюватися в культурно-історичну тканину пам'яток, зв'язки між реаліями культурних епох і зрозуміти вічні цінності, що намагається зберегти кожна культура, знаходячи їм конкретні, адекватні кожній епохі форми.

В підрозділі 1.3. – *«Турист як суб'єкт сприйняття цінностей культури»* – надається характеристика туриста як суб'єкта культуротворення.

Турист розглядається нами не як пасивний споживач культурних цінностей, а, включений в аксіологічну модель туризму, перетворювач процесу споглядання на активний процес осмислення цінностей культури. Ми говоримо про сприйняття культурних цінностей як про процес народження нових ціннісних настанов. Споглядання як продукування – це складний теоретичний аспект естетики і культурології. Якщо його розглядати в межах туристичної культурної практики, то увага концентрується на персональних суб'єктно-означених реаліях туристичного продукту, який визначається на підставі саме суб'єктної активності – діяльності в межах турдіяльності і турпродукту.

Звертаючись до типології, в певній мірі, описаної в рамках досліджень відчизняної філософської школи, можна визначати декілька суб'єктів культуротворчості в історичному аспекті. У першу чергу – це архаїчний суб'єкт діяльності, який не виділяє себе з світу, він не є діячем–продуцентом, а навпаки співучасником міфу, де «Я» людини ще не виділяється з світу. Весь світ уподібнюється «Я», і є дуже схожим на людину. Бачення іншого як «Я» належить міфологічній традиції культури, свідчить про тотальну ідентичність, яка відбувається як міф.

Наступний суб'єкт діяльності вже пов'язаний з часом перших цивілізацій, долає міфологічний бар'єр, але все одно залишається всезагальне «Я». Розуміння суб'єкта діяльності як особистості відбувається лише у Новому часі. Людина у процесі туристичної діяльності засвоює (розпредмечує) цінності культури.

Для того, щоб визначити потенціал суб'єктності туристичної діяльності треба структурувати поняття «турист». Якщо його розуміти натуралізовано, як клієнта, який купив квиток, або придбав усі ті реквізити, які характеризують турпродукт, то це одне поняття суб'єкта. Якщо ж розглядати структурно-функціонально, як комплексного діяча, який здійснює всю програму турпродукту, то, звичайно, – це вже ціла низка співставлених суб'єктів туристичної діяльності.

Суб'єкт культури (турист) розуміється не тільки як реципієнт, наділений волею і активністю, а й як культурний комунікант, що вступає в діалог з різними суб'єктами різних культур.

У розділі II. – *«Туризм як феномен культуротворчості»* – туристична діяльність аналізується в умовах розмаїття культур, яка актуалізується процесами глобалізації і існує як феномен культурного туризму.

У підрозділі 2.1. – *«Туризм в умовах розмаїття культур»* – йдеться про туризм як діяльність, що існує в умовах полікультурного середовища.

Туризм виступає формою міжнародних контактів та взаємодій. Якщо міжнародний туризм націлений на те, що люди виїжджають за межі країни і бачать

інший світ, то внутрішній туризм націлений на відкриття самотнього характеру тієї країни, в якій теж існує невичерпний потенціал культуротворчості. У матеріалах ЮНЕСКО «Про культурну різноманітність» 2003 р., зазначається, що сама різноманітність є величезною цінністю культури та свідчить про необхідність забезпечити гармонійну взаємодію і розвиток співіснування людей в суспільстві в контексті плюралістичного, багатомірного культурного світу, який є самотнім і неповторним. В цьому сенсі культурний туризм має велике значення для світової спільноти.

Туризм як діяльність, що існує в міжнародному просторі, в тій чи іншій мірі, спонукає до культурної актуалізації того чи іншого регіону, а також до того, що зветься зв'язком культур та їх діалогом. У даному контексті слід говорити про розмаїття культур. В Україні існує багато етносів та субетносів, які є культурними епіцентрами або культурними зонами, що несуть свою ментальність, традиції, зберігають свій мелос і в певній мірі спонукають до того, що культура країни стає носієм величезного культурного потенціалу.

Туризм в умовах розмаїття культури – це орієнтація на локальні епіцентри внутрішнього туризму на маргіналії, на їх повне відтворення або регенерацію, звернення до проблем етнокультурології. Важливо, що в умовах розмаїття культур, саме культурний туризм дає можливість здійснити ідентичність суб'єкта туристичної діяльності. Культурний туризм сприяє виявленню етнокультурної самотності народів, в тій чи іншій мірі спонукає підживленню і розвитку тих ремесел, які вже втрачені.

Рекреація, яка несе в собі культурне, природне середовище, має як суб'єктний, ментальний, так і природний виміри, також несе в собі характеристику культури, що пов'язана з традиціями, звичаями, досвідом побутування як певна реальність предметно-зорового, видовищного характеру, яку туристи сприймають як найголовнішу ознаку культури. Це пам'ятки архітектури, скульптури, живопису та ін. Можна типологізувати комунікативні відносини міжкультурних контактів на підставі мотивації цих означуваних, мотивів поведінки, завдань, які ставлять туристи перед собою, але найважливішим є намагання збільшити свій досвід іншим культурним досвідом.

Важливо, що парадигма складності і безмежного розмаїття культур є сучасним виміром культури і відповідає реаліям сьогодення, в якому існують туристичні практики.

У підрозділі 2.2. – **«Туризм в контексті культурної політики в умовах глобалізації»** – туризм визначається як чинник глобалізаційних процесів в культурі.

Глобальна синергія культур в умовах туристської комунікації є суттю сучасних трансформацій у сфері туризму. Останній є не лише видом рекреаційної, оновлюючої працездатності і природну гармонію людського організму діяльності, але і таким її видом, який розширює канали комунікації між різними соціумами в умовах сучасних глобальних процесів. У цьому контексті і в цій функції туризм слугує засобом розширення об'єму взаємодії соціальних суб'єктів, у тому числі і цілих соціумів у існуючому глобальному просторі, з метою вирішення нагальних глобальних проблем.

Туризм в контексті культурних реалій стає одним із чинників глобалізації. З одного боку, – це високо розвинута індустрія, яка так чи інакше діє, є масовою і надзвичайною структуризованою як комерційний бізнес, маркетинговий образ буття. З іншого боку, вона потребує свого культурного осмислення все інших підходів і програм щодо культурації та створення своєрідного культурного поля туристичної діяльності.

Глобалізація дає можливість розширити форми партнерства обміну знаннями, образами, надбаннями, досвідом, спілкуванням спільнот культур і цивілізацій, а також створює сприятливе тло для взаєморозуміння, консенсусу тощо. Зрозуміло, що проблема взаємодії культур стає досить гострою саме в умовах узагальнення, уніфікації і відразу екстенційного росту соціокультурного простору. Так, людина зтикається з різними фактами розширення кордонів всіх можливих і неможливих світів, орієнтацій в цьому світі. Вона виходить на такі контакти, які раніше були неможливими. Виходить за межі особистісних і професіональних групових інтересів.

В умовах глобалізації культури туризм є одним із ефективних принципів розширення механізмів, презентації різних культур, регіональних центрів, рекреацій, які утворюють свої особливі методи щодо співтовариства, співучасті в загальних процесах міжнародного спілкування як на рівні туристичної діяльності, так, і на рівні загальнокультурних процесів.

У підрозділі 2.3. – *«Культурний туризм як засіб діалогу культур»* – розкривається специфіка культурної інтеракції в контексті туристичної діяльності.

Важливо зазначити, що культурний туризм впливає на загальноекономічну ситуацію на макрорівні. Тобто, він поширюється на інші процеси глобалізації, які ширші, ніж процеси глобалізації культури, а саме в геополітичному просторі. Здається, що культурний туризм в певній мірі є альтернативою будь-якої глобалізації, а також уніфікації і колонізації як економічних, макроекономічних, геологічних, геополітичних принципів.

Культурний туризм в цьому контексті стає антитезою будь-якої експансії і дає можливість на побутовому рівні, тобто на середньому рівні культури, здійснити контакти, які б допомогли безпосередньо в комунікативних зонах спілкування визначити ціннісні пріоритети тої чи іншої країни.

Діалогічна концепція культури вкрай важлива для туристичної діяльності, розглядається на основі праць М. Данилевського, який критикує розподіл культури на кращу чи гіршу та наполягає на тому, що прогрес полягає не в тому, щоб йти в одному напрямку, а здійснити свій окремий індивідуальний шлях.

Зазначаються особливості напрацювань діалогічної концепції культури, здійснені М. Бубером, М. Бахтіним, в якій діалог розглядається як невід'ємна складова загального буття культури, В. Біблером, який ввів поняття «діалогіки», підкреслюючи цим, що складність сучасної культури потребує не однієї логіки, а багатьох. Тобто виникає діалог логік або «діалогіка», що дає можливість констатувати множинність інтерпретативних схем, можливостей бачення того чи іншого культурного об'єкта. Діалогізм – це не просто комунікація, спілкування, а сама жива дійсність направленості суб'єкта на іншого комуніканта, що актуалізується у практиці туризму. Діалог є тією універсальною формулою, що

важлива для подорожуючих, для тих, хто порушує простір онтологічних подій культуротворення, зустрічаючих людину в туристичному проекті.

Таким чином, активізується саме культурний вимір, культурні ознаки людської соціокультурної діяльності. Саме побажання туриста побачити, почути і пізнати те, що він раніше не бачив і не знав, звичайно, є елементарним побажанням, але в контексті зазначеної проблематики воно стає ненатуралізованим принципом так званої потреби в рекреації та дозвіллі, стає одним із порядків стратегічних паритетних відносин культур, коли людина хоче чи не хоче, але вступає в культурний діалог, який відбувається саме на підставі тої логіки або діалогіки, за В. Біблером, яка диктується умовами турподорожі.

Культура туризму і її стратегічні визначення як певна індустрія спонукає до діалогу, який не завжди планується і не завжди є передбаченим. Такий діалог ми завжди можемо описати в межах визначених нами концептів – онтологічного, мистецького чи інтерпретативного. Але зміна суб'єкта спілкування, його трансформація, його досвід спілкування, набутого саме в культурному діалозі з тими комунікантами, що утворюють поле культурних спілкувань, можна зазначити як багатовимірність проблем культурного спілкування, а саме ознаки комунікації, які виникають в турподорожі як розмаїття культур, так і туристичної діяльності.

У розділі III. – **«Культурний туризм в Україні»** – туристична діяльність розглядається як засіб актуалізації культурних регіональних ресурсів, визначаються тенденції розвитку культурного туризму, пропонуються підходи щодо створення національної програми культурного туризму в Україні.

У підрозділі 3.1. – **«Туристична діяльність як засіб актуалізації культурних регіональних ресурсів»** – надається аналіз проблем актуалізації культурно-рекреаційного потенціалу регіонів України.

Однією з головних проблем в контексті глобалізації культури є роль регіонів. Регіональна політика туризму ще не склалася, саме в аксіологічному, культурно-вимірному значенні. Вона має бути зазначена не як локалізація туристичної діяльності, а, навпаки, як універсалізація, де є своя стратегія цілісного осмислення локальних, місцевих рекреацій, які дають саме цінність туризму і культурі, людині як одному і тому ж суб'єкту культурного простору.

Актуалізація культурних регіональних ресурсів не може виглядати як програма, яка здійснюється за географічним принципом. Цей принцип – культурологічний. Туристичні ресурси визначаються як сукупність природних і створених людиною рекреацій, об'єктів, що дають можливість здійснити функцію задоволення потреб у відпочинку, укріплення здоров'я, а також духовних потреб.

Туристичний ресурс – це те, що стає об'єктом туристичної діяльності. Природні ресурси, що є надбанням того чи іншого регіону, важливо пов'язати з кліматичними, ландшафтними реаліями. Культурні ресурси – матеріальні об'єкти або предметно об'єктний ряд, який відбивається в пам'ятках архітектури, музеях, у самому середовищі міста тощо.

Визначається економічний статус цих ресурсів, де можливі елементи урбанізації, індустріалізації, проблеми професійного забезпечення послуг. Це всі ті сервісні комплекси, які створюють можливість задоволення потреб туристів.

Культурний туризм є вагомою формою музейної роботи. Проте, в більшості українських музеїв цей напрям ще знаходиться на стадії формування. Значення музеїв у розвитку культурного туризму відкриває реальні перспективи: розробка і впровадження нових методів роботи допоможе адекватно представити музейні скарби всіх регіонів України.

Необхідно сформувати бази даних по регіональній туристичній інфраструктурі та організації пробних туристичних маршрутів, що об'єднують ряд музеїв за регіональними, тематичними чи профільними ознаками.

Йдеться про соціально-психологічні ресурси, де аксіологічні ознаки мають саме поведінка мешканців, які проживають в тому чи іншому регіоні, традиції, образ життя, одяг, релігійні уявлення. Все це відрізняється від того, що ми приймаємо за норму, а остання пов'язується зі своєю культурою, спонукає туристів до того, щоб сприймати щось як певний туристичний ресурс, тобто як певний потенціал туристичної діяльності.

Проблема актуалізації культурно-історичного потенціалу регіону пов'язана з зонуванням міст, самих регіонів, визначенням епіцентрів, ландшафтно-паркової структури, структури сакральної, що має ті чи інші характеристики, наприклад, урбанізованого середовища, побудованого в режимі тоталітарного режиму тощо. Всі ці реалії мають створювати певні картосхеми туристичного маршруту, де визначається не просто карта міста, а визначаються зони з культурно-історичними характеристиками, культурно-історичні ознаки території, що вже є культурною рекреацією.

У підрозділі 3.2. – *«Тенденції розвитку культурного туризму в Україні та стратегії управління туристичною діяльністю»* – визначаються тенденції розвитку культурного туризму в Україні та стратегії управління туристичною діяльністю в контексті аксіологічної проблематики культури.

Турпроект або турподорож повинні формуватися як різноманітність споглядання різних зон в процесі турподорожі. Якщо люди перебувають лише в сакральному часі вічного середовища, а це є одним із головних принципів турпроекту, то досить швидко виникає втома від надцінностей. Вже не помічається та цінність пам'яток, яка може звучати абсолютно інакше, якщо перед цим туристи побували на руїнах старовинного парку, побачили природні рекреації.

Під егідою ЮНЕСКО опрацьовано дві стратегії збереження культурно-історичного потенціалу та зонування або регенерація того, що ми звемо культурно-історичною цілісністю, або регіоном. Одним з підходів є розробка довготривалих, глобальних програм збереження цінностей. Другий підхід пов'язаний з комунікативними цінностями, які ритуалізуються, нормуються і реалізуються як певна інструментальна політика сприйняття цих цінностей.

Все це входить в ту ж саму регіональну політику, яку можна зазначити як актуалізацію. Активний, вольовий напрям відбувається з боку історії, потенціалу, середовища та з боку тих, хто споглядає. Зустріч цих двох культурних потоків створює те, що зветься культурною комунікацією або діалогом культур. В умовах складних реалій масовості, комерціалізації і в певній мірі неконтрольованого ризику, якому підлягає той чи інший культурно-історичний потенціал, потрібні програми. Ці програми потрібно формувати на всіх рівнях: на освітянському, на

рівні адміністративному, процесуально-споглядальному, де сам споглядач, тобто турист, стає учасником певного ритуалу. Він ідентифікує себе з послідовністю ритуальних подій, які відповідають, тому чи іншому кодексу сприйняття пам'ятки культури.

Звертається увага на розробку стратегії введення регіональних культурних цінностей до національної концепції туризму України. Ці пам'ятки потрібно не просто описати, а означити аксіологічно як цінність.

Пропонується створити «паспорти» культурного туризму на кожну визначну пам'ятку, місце, де окрім міфології, легенд, пов'язаних з виникненням пам'яток включається й досвід культурно-історичної пам'яті. Тобто важливим є як сама пам'ятка, так і місце її існування. Культурний тур розробляється як стратегія занурення в культурно-історичну генеологію пам'ятки, що пов'язано з ціннісними змінами в історії, які фіксують твори мистецтва. Століттями споруди будувалися, зникали, йшли під землю, знову народжувалися і потім знову йшли під землю. Важливо побачити за пам'яткою глибинний історичний шар культури.

У підрозділі 3.3. – **«Національна програма розвитку культурного туризму України: аксіологічний аспект»** – здійснюється проектно-модельний аналіз потенціалу культурного туризму в Україні як аксіологічного феномена.

Програма-модель на відміну від програми-проекту є достатньо релевантний продукт, який не носить характер імперативного образу дії, а є концептуальним образом, який намагається змоделювати проблемне поле, що в тій чи іншій мірі може спонукати до інших проектів або програм. Фактично така модель потрібна як певне усвідомлення проблемних ситуацій, яка допоможе проблематизувати реальності аксіологічного виміру туризму в контексті культури і спровокувати інший крок, що стане можливим для тих хто займається практикою державотворення в контексті туризму. Пріоритетними є вимоги збереження культурного потенціалу та етнологічних ресурсів, а також рекреації як неповторної цілісності природно-культурного комплексу країни, що забезпечує створення турресурсів.

Важливим є також забезпечити єдність культурного простору можливості комунікації мешканців різних регіонів, країн в просторі культури, що створює підстави для діалогу культур, а також протистоїть процесам глобалізації на підставах внутрішнього досвіду культуротворення. Слід зазначити пріоритети дистанційних вимірів спілкування, а також тих культурних традицій, які відповідають ментальності української культури. Ці досить прості норми, які зараз загострюються в контексті глобалізації культури, потребують своєї національної програми, щодо відтворення і самоздійснення культурного потенціалу України.

Фактично не можна створити національну програму культурного туризму без того, щоб не змоделювати проблемне поле, культурні, середовищні, суб'єктні, об'єктні, соціально-економічні процеси, які пов'язані з подорожуванням як традиційною усталеною практикою культури. Перепони щодо розвитку туризму виникають в різних контекстах його самоздійснення. З одного боку, діють старі стереотипи, які є наслідком тоталітарної системи, а, з іншого боку, виникають романтичні ідеали самофінансування туризму, де стверджується, що туризм цілком є ринковою діяльністю.

Кожен народ має свою культурну самобутність, свій неповторний національний пейзаж, та, необхідно зазначити, що значущість національних культур зростає в умовах сьогодення. Адже чим більше розвинена національна культура тим більше вона здатна поповнити скарбницю загальнолюдської культури. Тому зберігаючи свою культурну самобутність громадяни України повинні нести свою культуру світу, сприяти збагаченню загальною культурою та намагатися здійснити діалог культур.

ВИСНОВКИ

Дисертаційне дослідження засвідчило, що сучасний простір цивілізації та світової культури містить в собі багато різних культурних практик. Туристична діяльність в контексті актуалізації культурно-історичного потенціалу певних рекреацій є підставою як для гуманізації турбізнесу в цілому, так і для розвитку культурних програм щодо сприйняття цінностей світової культури.

1. Аксіологічна модель туризму побудована на основі аналізу діалогічної, діяльнісної, семіотичної концепції культури тому що, по-перше, цінності туризму як соціального феномену і культури збігаються, та по-друге, саме ці концепції дозволяють розглянути туриста не як пасивного споживача «турпродукту», а як рефлексуючу особистість. Гуманітарне значення туризму полягає у використанні його можливостей для розвитку особистості, її творчого потенціалу, розширенню обрію знань. Поєднання відпочинку з пізнанням життя, історії і культури, пошуком власної ідентифікації, розширення самосвідомості повною мірою здатна вирішити туристична культурна практика. Це може стимулювати виникнення родинного туризму як нової та перспективної форми сучасної туристичної галузі.

2. Туристична діяльність не є лише системою послуг – це система складних відносин, де турист як суб'єкт культури стає носієм культури і вступає в діалог з культурою інших народів. Подорожування стає одною з форм соціальної адаптації, соціальної комунікації і соціокультурних відносин людей. Людині відкривається можливість прожити декілька часових і просторових світів, бути в декількох сферах різного життя, різних культур, збагатити свій досвід особистісним переживанням, що не дають інші способи інформації та культурні практики.

3. Віртуальний туризм розглянутий як спосіб формування ціннісних орієнтацій, потреб особистості, які реалізуються потім у реальній туристичній практиці. Імідж, бренд, реклама і просто цікава інформація про інші культурні стилі та образи життя народів створюють стійкі настанови на подорож.

4. Підвищена швидкість темпу життя та універсализація відносин на рівні транспортних послуг, інформації, комунікації створює умови інтенсивного проведення часу, що робить протилежні на перший погляд процеси глобалізації і локалізації взаємопов'язаними. Глобальне інформаційне поле, створене мережею Інтернет, адаптує культурно-історичний потенціал до найбільш сприятливого і комерційно-означеного коду комунікацій, і в той же час привертає увагу до можливості існування автентичних культур в локальному просторі, знайомство з якими спонукає до подорожі.

5. Особлива роль туризму в контексті глобальних тенденцій на рівні геополітичної, географічної, екологічної, економічної, інформаційної реальностей свідчить про те, що саме культурний потенціал завжди був ціннісним потенціалом надбання всього людства, незалежно від того, в якій точці земної кулі знаходиться культурна пам'ятка, яка нація, яка форма є носієм цінності культури.

Глобалізація впливає на засоби донесення інформації, її презентації, актуалізує культурно-історичний потенціал і акцентує увагу на ментально-історичних, етнічних, природно-географічних особливостях культур, які можна пережити, усвідомити тільки безпосередньо в просторі комунікації на правах діалогу культур. Цей аспект в туризмі стає найважливішим, на якому тримається діалог культуротворення у формі персонального, неформального спілкування комунікантів, що фактично не може здійснити жодна культурна практика.

6. Туристична активність визначає багаторівневі механізми і потенціал культуротворення, який дозволяє людині здійснити свою діяльність в рекреаційному просторі як задоволення пізнавальних потреб, як споглядання, як комунікацію, як розширення досвіду переживання.

7. Зазначається необхідність розробки регіональної культури як унікального знання. Визначаються різні стратегії культурного туризму, які беруть до уваги те, що сьогодні разом з традиційним культурно-пізнавальним туризмом в практику вже увійшли етнографічний, культурно-ментальний, культурно-релігійний, культурно-екологічний тощо. Тому культурні програми-подорожі потрібно репрезентувати багатогранно як паркові, ландшафтні, історичні, музейні зони, місця релігійного відтворення культів, а також зони проведення часу у вигляді карнавалів, національних свят.

8. У дисертації запропоновано пріоритети стратегічного розвитку туризму в Україні: створення та просування культурних брендів регіонів, які б виражали цінність місця, регіону; запровадження «паспортів» міст, регіонів, культурно-ландшафтних зон; збір історико-фактологічних матеріалів української культури та його оформлення через міфологеми, легенди, міфи, оповіді, цікаві історії; пов'язання культурних пам'яток з життям і діяльністю видатних діячів історії і культури; окреслення місць пов'язаних з Другою світовою війною; означення культури України як заповідника унікальної православно-монастирської культури; визначення особливостей культури тоталітарного радянського режиму, знайомство з якою є надзвичайно привабливим для інших народів.

9. Туризм як чинник культурного діалогу, інтеграції і дезінтеграції культури потребує розвитку, удосконалення й на рівні формування адекватної освіти, розробки теорії за участю культурологів, естетів, мистецтвознавців, соціологів, психологів, які б адаптували людину до зустрічі з іншою культурою, розширили горизонти її світобачення. Тобто так званий «портфель екскурсовода» потрібно перетворити на синтез професіоналів, які утворюють культурний проект, який можна назвати турпродуктом, або сформувати як певний образ культурного спілкування у подорожі. Важливо, що саме вирушення в подорож актуалізує ціннісний потенціал людського буття. Людина охоплює інший обшар, інших людей, чує іншу мову і це дає можливість ідентифікувати себе з цим простором, а разом й збільшити свій простір.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

1. Орлова О.В. Аксіологічні проблеми туризму / Олена Вячеславівна Орлова // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: альманах. Зб. наук. праць. – Вип. 21. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2008. – С. 48–54.
2. Орлова О.В. Турист як суб'єкт сприйняття цінностей культури / Олена Вячеславівна Орлова // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: Альманах. Зб. наук. праць. – Вип. 22.– К.: Видавничий центр КНЛУ, 2008. – С. 214–224.
3. Орлова О.В. «Культурний туризм» як засіб діалогу культур / Олена Вячеславівна Орлова // Культура і сучасність: альманах. – Київ, Міленіум, 2009. – № 2. – С. 102–106.
4. Орлова О.В. Туристична діяльність як засіб актуалізації культурних і регіональних ресурсів / Олена Вячеславівна Орлова // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв: щоквартальний науковий журнал. – Київ, Міленіум, 2009. – № 4. – С. 57–60.

АНОТАЦІЯ

Орлова О.В. Туризм в контексті аксіологічної проблематики культури. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата культурології за спеціальністю 26.00.02. – світова культура і міжнародні культурні зв'язки. – Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Київ, 2012.

Дослідження присвячене аналізу туризму в контексті аксіологічної проблематики культури. Охарактеризовані культурні цінності як феномен сприйняття в контексті туристичної діяльності. Турист визначається як суб'єкт сприйняття цінностей культури.

Надається характеристика туризму в умовах розмаїття культур, глобалізації культури. Культурний туризм вивчається як засіб діалогу культур.

Доводиться, що туристична діяльність є засобом актуалізації культурних регіональних ресурсів. Визначаються тенденції розвитку культурного туризму в Україні, пропонується програма розвитку культурного туризму в Україні як системна цілісність.

Ключові слова: туризм, туристична діяльність, аксіологія туризму, стратегії туристичної діяльності, культуротворчість в туризмі, культурний туризм.

АННОТАЦИЯ

Орлова О.В. Туризм в контексте аксиологической проблематики культуры. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание научной степени кандидата культурологии по специальности 26.00.02. – мировая культура и международные культурные связи. –

Национальный педагогический университет имени М.П.Драгоманова Министерства образования и науки, молодежи и спорта Украины, Киев, 2012.

Исследование посвящено анализу туризма в контексте аксиологической проблематики культуры. Охарактеризованы культурные ценности как феномен восприятия в контексте туристической деятельности. Турист определяется как субъект восприятия ценностей культуры.

Туризм рассматривается как такая культурная практика, которая с одной стороны, позволяет познакомиться с ценностями чужих культур, с другой, способствует самосознанию собственной культуры. Гуманитарное значение туризма заключается в использовании его возможностей для развития личности, ее творческого потенциала, расширения горизонта знаний. Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решить туризм. Знакомство с культурой и обычаями другой страны обогащает духовный мир человека. Культура является основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа.

Туристическая деятельность – это не только система услуг, – это система сложных взаимоотношений, где турист как субъект культуры становится ее носителем и вступает в контакт с культурой других народов. Таким образом путешествие становится одной из форм социальной адаптации, социальной коммуникации и социальнокультурных отношений людей.

Предоставляется характеристика туризма в условиях разнообразия культур, глобализации культуры. Культурный туризм изучается как средство диалога культур. Определяется, что культурный туризм дает возможности уравновесить процессы ускоренного темпа жизни и глобализма, которые обессиливают человека, дает возможность прожить, в нескольких временных и пространственных зонах в пределах одного тура, несколько разных отрезков времени, иногда даже несколько разных поколений. Все это говорит о том, что туризм, а особенно культурный туризм является одним из важных, аксиологически и культурно – определяемых приоритетов культуротворчества.

Туристическая деятельность определяется как средство актуализации культурных региональных ресурсов. Развитие культурного туризма базируется на использовании потенциала этнокультур и культурного наследия не только стран, а и отдельных регионов. Во внутреннем туризме культурное наследие стимулирует национальную гордость за свою историю, а в международном стимулирует уважение и понимание других культур, способствует миру и взаимопониманию.

В диссертации автор приходит к концепции региональной культуры как целостного историко-социокультурного феномена, которая может быть положена в основу развития туризма. Уникальность региональной культуры рассмотрена в пограничном пространстве истории, культурологии, этнографии по принципу системно–структурного и сравнительного анализа, единства социального, культурного, и антропологического. Отмечена необходимость моделирования культурной политики на основе структуры культурного пространства региона.

Разработка проблемы культурно-смыслового пространства туризма имеет принципиально значение для понимания регионального аспекта в самопознании

современной украинской культуры, проблем идентичности как культурологической проблемы в контексте регионального развития.

Определяются стратегии развития культурного туризма в Украине, которые лежат в основе создания модели развития культурного туризма в Украине. Главной идеей стратегии рекреационного районирования является позиционирование туристического региона на туристической карте мира с учетом его специализации; идентификации региона с определенным видом туризма в сознании иностранных граждан; концентрация усилий на работе с узким сегментом потребителей.

Туризму, как фактору культурного диалога, интеграции, дезинтеграции культуры, необходимо развитие и совершенствование на уровне образования, разработки теории при участии культурологов, эстетиков, искусствоведов, социологов, психологов, которые бы адаптировали человека к встрече с другой культурой, расширили бы горизонты его мировоззрения. Важно, что именно путешествие актуализирует ценностный потенциал человеческого бытия: человек видит другой простор, других людей, слышит другой язык, что дает ему возможность идентифицировать себя с этим пространством и, таким образом, расширить свое.

Ключевые слова: туризм, туристическая деятельность, аксиология туризма, стратегии туристической деятельности, культуротворчество в туризме, культурный туризм.

ANNOTATION

Orlova O.V. Tourism in the Context of Axiological Problems of Culture.
Manuscript.

Thesis for Candidate of Sciences degree in speciality 26.00.02. – World Culture and International Cultural Contacts. – National Pedagogical University named after M.Dragomanov, Ministry of Education and Science, Youth and Sport of Ukraine, Kyiv, 2012.

The research is devoted to the determination of axiological aspects of tourism in the context of cultural practices. Cultural values as phenomena of perception in the context of tourist activities are characterised. A tourist is defined as a subject of perception of the values of culture.

Tourism is defined basing on the variety of cultures, cultural globalization. Cultural tourism is studied as means of the dialogue of cultures.

Tourist activity is determined as one of the means of actualization of cultural regional resources. The trends of cultural tourism development and the program of its development as system integrity in Ukraine are suggested.

Keywords: tourism, tourist activity, axiology of tourism, strategies of tourist activity, culture-making in tourism, cultural tourism.