

ТУРИЗМ ЯК АГЕНТ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРИ

Розглядається значення туризму в процесах транснаціоналізації культури. Звертається увага на те, що туризм завжди сприяє як взаємопроникненню культур, так і діалогу між ними.

Ключові слова: туризм, мультикультуралізм, транснаціоналізація культури, глобалізація культури, культурна інтеграція.

Рассматривается значение туризма в процессах транснационализации культуры. Обращается внимание на то, что туризм всегда способствовал как взаимопроникновению культур, так и диалогу поиска согласия между народами.

Ключевые слова: туризм, мультикультурализм, транснационализация культуры, глобализация культуры, культурная интеграция.

The significance of tourism in the process of transnationalization of culture. The role of tourism in the development of relations between nations.

Key words: tourism, cultural transnationalization, globalization of culture, cultural integration.

Актуальність теми статті полягає в тому, що глобальні трансформації сучасного світу пов'язані з переходом від індустріального до інформаційного суспільства. Транснаціоналізація культурного простору — це один з варіантів прояву цього процесу, а туризм є його активним учасником.

В умовах інтенсивної комунікативної взаємодії різних народів виникають процеси наповнення простору національних культур новим ціннісно-сенсовим змістом, який відповідає інтеграційним тенденціям сучасного світу.

Культурна інтеграція вказує на те, якою мірою певна група або субкультура входить у суспільство в цілому. Максимальна культурна інтеграція є метою переважної кількості груп і субкультур. Чим більше вони культурно інтегровані, тим імовірніше те, що їх визнають у суспільстві. Поняття культурної інтеграції може бути розкрито через визначення її як змінної величини, яка варіюється під час долучення до загальної культури суспільства.

Розвиток міжнародного туризму в контексті культурної інтеграції демонструє спотворення культурного простору за для вигідного представлення на туристичному ярмарку культур. Пріоритетними є ті національні культурні символи, які є найбільше атрактивні, фотогенічні, ефектні, а не ті, що дійсно значимі в процесі формування культури.

Роботи зарубіжних учених, насамперед Дж. Кліфорда, Дж. Харисона, Д. Маккенела, Ф. Тромпенаарса, Ч. Хампденерера,

присвячені дослідженню комунікативних механізмів взаємопроникнення, діалогу, комунікації культур. Однак учені недостатню увагу приділили з'ясуванню питань впливу туризму на транснаціоналізацію культурного простору.

Культурологічно-філософський аналіз феномену туризму серед українських учених був започаткований В. С. Пазенком. У працях В. Г. Антоненка, В. В. Ляха розкривається роль туризму в контексті міжетнічних та кроскультурних відносин. Вивчається паломницький туризм як важливий засіб духовного піднесення індивідів (П. Л. Яроцький, а також аналізуються соціологічні аспекти туризму (С. В. Горський, Ю. І. Яковенко. Т. С. Пархоменко розглядає туризм з точки зору задоволення основних фізіологічних і духовних потреб людини [9].

Виникла необхідність на теоретичному рівні осмислити такий ускладнений протиріччями глобалізаційний процес як транснаціоналізація культури, з'ясувати складні її прояви, які відбуваються у світовому культурному просторі під впливом розвитку туризму.

Мета статті: визначити основні напрями впливу туризму на процеси транснаціоналізації культури.

Транснаціоналізацію культури можна розглядати як певні процеси, в яких туризм бере безпосередню участь. На основі процесів транснаціоналізації культурного простору, визначених російською вченою, філософом та культурологом О. М. Астаф'євою [1], спробуємо простежити вплив на них туризму.

Культурна функція туризму виконується тому, що турист під час подорожі реалізує матеріальні, соціальні, а також духовні та культурні потреби.

Російський вчений О. О. Сизиков визначає нову концепцію «туристського погляду» — занурення в соціокультурну дійсність місцевих спільнот (участь у ритуалах і фестивалях, присутність під час відправлення повсякденних рутинних дій, ознайомлення з етнічним варіантом харчування, етнолікуванням та ін.). Усе це формує туристичну «індустрію відчуттів», що обслуговує цю концепцію культурного обміну.

А позитивне значення туризму можна простежити в розвитку цивілізації через пізнання, сприйняття та запозичення культурного досвіду.

У другій половині ХХ — на початку ХХІ ст. туризм став феноменом масової культури. Так, Е. Тоффлер вважає причинами популярності масового туризму: абсолютне збільшення вільного часу населення завдяки досягненням індустріалізму, «інтенсивне прагнення до прискорення рівномірного руху вперед» [13]. Одним з головних принципів постіндустріального інформаційного суспільства стала мобільність людей, яка стерла географічні кордони.

З другої половини ХХ ст. туризм став формою проведення дозвілля і став популярним серед населення розвинених країн планети. Він ініціював зміну способу життя, вивільнення певного часу для оплачуваної роботодавцем відпустки, що дозволило здійснювати подорожі.

Обираючи подорож, турист має різні споживацькі мотиви. Основні з них: лікування, пізнання, бізнес, відпочинок, розваги, паломництво.

Відпочинок та розваги — це мотиви, які пронизують будь-яку подорож туриста. Перебування туриста в іншій країні саме по собі надає можливості змінити не тільки обстановку, але і враження від того, що оточує туриста. Спостереження мандрівника відволікають від буденних проблем і дозволяють поринути в нове культурне середовище.

Звичайно головним серед них є прагнення до лікування чи оздоровлення. Для цього туристи можуть відвідати центри виникнення східної культури і набути досвіду різних багатовікових методик аюрведи, йоги тощо, здобувають знання, набувають навичок проведення оздоровчих вправ чи використання нових лікувальних засобів, ознайомлюють із ними інших людей і таким чином формують нові погляди на спосіб чи стиль життя серед представників своєї культури.

Інший мотив — пізнання навколишнього світу. Ознайомлення з природними, культурно-історичними, духовними цінностями культур сприяє формуванню нових знань у полі культури мандрівника, адже він обов'язково поділиться інформацією з рідними та знайомими. Оцінити спосіб життя людей, культуру країни для того, щоб визначити придатність її як місця нового постійного проживання туриста.

Бізнес-мотив полягає в можливості оцінити якості ділової культури, організації партнерських взаємин або спільного бізнесу в іншому ринковому полі.

Паломництво — найдавніший вид культових дій людини — полягає в пересуванні людей до святих місць, культових споруд у дні релігійних свят або для замолювання гріхів. Його зародження пов'язане з формуванням у світі основних релігій.

Розглянемо створення нового типу транснаціональної культури, що поєднує нові сегменти національних культур, змінюючи їхню системну цілісність.

Активізація мультикультурних процесів під час глобалізації природно долучає людей до нового сприйняття культури.

З одного боку, глобалізація створює нове цивілізаційне середовище, де вільне переміщення людей по планеті як «робочої сили» і носіїв культурних цінностей сприяє єдності людства. З іншого боку, транснаціоналізація передбачає повну відмову національних

держав від захисту своїх культурних традицій і культурних цінностей. Наслідком може бути загострення етнокультурних, міжконфесійних конфліктів та їх відкриті зіткнення.

Тому культурологічне пояснення аспектів транснаціоналізації, пов'язаних з трансформацією національних культур, за таких умов має практичне значення.

Мультикультурні процеси — це наслідки активної глобалізації. Цілеспрямована політика з розвитку та збереження культурних відмінностей називається мультикультуралізмом. Він забезпечує співіснування різних народів та культур у межах спільної країни.

Мультикультуралізм має актуальне значення в усьому світі: по-перше, у зв'язку зі зростанням активності міжнародних туристів, по-друге, зі збільшенням хвилі імміграції з країн «третього світу» й України. Його основні прояви виявляються в обґрунтуванні місця для представників тих або інших груп у структурі суспільства, а також використанні своєї культурної ідентичності для висунування політичних і економічних вимог. Фактично ключова ідея мультикультуралізму спрямована на збереження культур малих етнічних груп.

Американська вчена С. Бенхабіб доводить значення вільної конкуренції різних культурних традицій, їх добровільного засвоєння і наголошує на неможливості в цивілізованих країнах недотримання принципів лібералізму і демократії у виконанні вимог специфічних релігійних, етнічних і культурних співтовариств [3].

Такі провідні європейські держави як Німеччина, Великобританія, Франція мають проблеми з розвитком мультикультуралізму та толерантності на своїй території. Вони мають позитивне імміграційне сальдо й інколи не знають, що робити з численними іммігрантами з інших країн, які активно намагаються конкурувати з аборигенами. Тому керівники зазначених країн заявили про відмову від ліберального курсу щодо мультикультуралізму.

Існує російський проект мультикультуралізму, що спрямований на вирішення проблем між асиміляцією і конвергенцією. На думку О.М.Селезнєвої, суспільство потребує полілогової матриці культурної різноманітності, основаної на перетинанні цінностей і змістів безлічі культур, що мають рівні права та не нівелиюються глобалізаційним контекстом [10]. Усе це забезпечить толерантність і запобігання міжетнічним конфліктам.

Практичне впровадження мультикультуралізму слід спрямувати на розробку та практичне застосування соціокультурних проєктів, які пропонують шляхи досягнення паритету в співіснуванні різних культур.

Ідеї мультикультуралізму можуть посилювати взаємодію культур, формувати новий тип транснаціональної культури, зумовлений інформаційним суспільством. Засилля масової культури загострює взаємини локальних культур і збільшує можливості ризиків у всьому культурному просторі.

Подолання ризиків мультикультуралізму приводить до процесів транснаціоналізації культури, що є однією із сутнісних характеристик глобалізації.

Поняття «транснаціоналізація культури» — це процес, у результаті якого формується нова культура — транскультура, як результат цього процесу.

Транснаціоналізація приводить до дифузії культури — просторового поширення окремих культурних зразків. Процеси дифузії в культурі інколи є насильницькими і можуть спричинити втрату культурної ідентичності етносів. Змінюючи національні культури новим ціннісно-сенсовим змістом, дифузія створює новий культурний пласт, видозмінює їх цілісність.

Такі характеристики туризму як підвищення мобільності туристів завдяки активному розвитку різних видів транспорту, формуванню уніфікованих типових та групових туристичних маршрутів, комерціалізація туристичних послуг сприяють поширенню цього явища.

Туризм розширює межі пізнання різних культур не тільки через організацію подорожі туриста, а й надає змогу людині, перебуваючи вдома біля комп'ютера чи телевізора, подорожувати по світу, спостерігати за життям віддалених країн, ознайомлюватися з їхніми традиціями, святами і взагалі повсякденним життям. Але «домашній турист» може бути не тільки пасивним спостерігачем, а й активним учасником спілкування з людьми з іншого кінця світу, віртуальним мандрівником, який сам обирає маршрут своєї екскурсії, наприклад по Лувру, і здійснює її у віртуальному режимі.

Поширення різних форм інформаційно-комунікативного простору національної культури, виникнення медіа-просторів і віртуалізації соціокультурного середовища за допомогою різних видів аудіовізуальної комунікації, надає можливості навіть туристу з фізичними вадами, що не дозволяють здійснювати йому подорожі фізично, бути активним учасником віртуального туризму та сприяти транснаціоналізації культурного простору. Він змінює свою культуру завдяки аудіовізуальній комунікації чи інтерактивній взаємодії з представниками інших культур.

Наступний процес транснаціоналізації — це активізація міжнародного обміну культурними товарами та послугами, прийняття нових форм організації культурного життя, самостійне долучення до процесів взаємодії (без посередництва державно-

адміністративних структур) не тільки національних культур, але і культур регіонів і співтовариств, установ і окремих громадян, що активізують міжнародне культурне життя.

Туризм сприяє культурному обміну, а відтак впливає на розвиток інноваційних процесів у культурному просторі. Постає питання виникнення кроскультурних та транскультурних комунікацій. Тобто турист привносить особливості своїх вербальних та невербальних засобів поведінки та спілкування в іншу культуру. Представники культури відповідно до своїх уподобань можуть змінити звичні традиційні способи комунікації. Навпаки туристи, повертаючись додому, використовують нові правила поведінки та спілкування, побачені й апробовані під час подорожі.

Туризм є агентом позитивної тенденції глобалізації світу. Він змінює протистояння культур на їх діалог, сприяє збереженню як природної, так і культурної спадщини, створює нові можливості для спілкування представників різних культур, виникає атмосфера взаєморозуміння та довіри між народами.

Негативною ознакою процесу може бути те, що використання туристами форм та засобів комунікації інших культур призводить до невикористання традиційних комунікативних прийомів і активізує процес зникнення національної ідентичності.

Розглядаючи процес створення та поширення діяльності систем освіти і науки транснаціонального напрямку, потрібно зазначити, що він змінює стандартні форми соціалізації та професіоналізації. У розвинених країнах світу (США, Великобританії, Німеччині й інших) підготовка фахівців туристичної галузі триває в кілька етапів.

Майбутні фахівці туризму проходять виробничі практики та різні стадії навчання на територіях інших країн для того, щоб більше дізнатися про культурні особливості різних народів, знайти підхід та спільні комунікації для подальшого спілкування.

Негативний наслідок — це те, що молоді люди, які навчаються в інших культурних умовах, можуть прийняти подібні спосіб та стиль життя і не повернутися додому. Кваліфіковані спеціалісти залишають не тільки країну, але й свою культуру. Вони швидко асимілюються в нових культурних умовах і забувають про традиції батьків.

На основі процесу утворення нового рівня особистісної культури з'ясовано, що він сприяє психологічній адаптації людини до швидкоплинних змін у соціокультурному просторі, забезпечує соціальну мобільність, є рушійною силою створення нових типів ідентичності в умовах глобалізації.

За твердженням О. П. Бойко [4], «...туризм також можна розглядати з позиції особистої культурної орієнтації, яка формується на основі пересування та автономності індивіда стосовно своєї

культури, тобто турист може бути космополітом або локалістом». Але все ж таки «туристи не є космополітами, тому що космополітизм — це стан розуму та спосіб використання культурної інформації, маневрування в конкретній смисловій системі. А туристи виступають не як учасники та активні творці транснаціональних культурних смислів, а як глядачі та споживачі артефактів та еталонів псевдоетнічних культур» [4].

Посилення транскультурних та кроскультурних процесів, формування цінностей транснаціональної культури не означають, що відбувається універсалізація культурних норм, способів світосприйняття, втрата значення національних культур, прийняття всіма народами загальної єдиної системи цінностей.

Транснаціональна культура, транснаціональні цінності — це найкращі форми, зразки культури, створені різними поколіннями певного народу, нації, які стають надбанням усього цивілізованого людства завдяки такому агенту як туризм.

Туристи є комунікаторами, які поширюють інформацію про світову культурну спадщину, особливості відношення різних культур до процесів глобалізації, що і буде предметом подальших досліджень.

Список літератури

1. Астафьева О. Н. Транснационализация культурного пространства: государство и проблемы координации коммуникативных стратегий / О. Н. Астафьева // Обсерватория культуры. — 2006. — № 4. — С. 4–10.
2. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма — ответы на глобализацию / Пер. с нем. А. Григорьева, В. Седельника; Общ. ред. и послесл. А. Филиппова // У.Бек. — М. : Прогресс-Традиция, 2001. — 304 с.
3. Бенхабиб С. Притязания культуры: Равенство и разнообразие в глобальную эру / Под ред. В. Л. Иноземцева // С. Бенхабиб. — М. : ЛОГОС, 2003. — 350 с.
4. Бойко О. П. Культура дозволя у суспільстві ризику : моногр. / О. П. Бойко. — Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. — 285 с.
5. Гидденс Э. Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь / Э.Гидденс. — М. : Весь мир, 2004. — 120 с.
6. Мальковская И. А. Глобализация и транскультурный вызов западного мира / И. А. Мальковская // Социологические исследования : Научный и общественно-политический журнал, 2005. — № 12. — С. 3–13.
7. Мартин Г. –П. Западная глобализации: атака на процветание и демократию / Г. –П. Мартин, Х. Шуман. — М. : Альпина, 2001. — 163 с.
8. Многоликая глобализация / Под ред. П. Бергера и С. Хантингтона; пер. с англ. В. В. Саповапод, ред. М. М. Лебедевой. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 379 с.
9. Пазенок В. С. Філософія туризму : навч. посіб. / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко. — К. : Кондор, 2009. — 268 с.

10. Селезнева Е. Н. Идеи глобализации и мультикультурализма в современной России / Е. Н. Селезнева // Обсерватория культуры, 2005. — № 6. — С. 4–13.
11. Тоффлер Э. Метаморфозы власти : пер. с англ. / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 2003. — 669 с.
12. Тоффлер Э. Третья волна : пер. с англ. / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 2010. — 784с.
13. Тромпенаарс Ф. Национально-культурныеразличия в контексте глобального бизнеса : пер. с англ. / Ф. Тромпенаарс, Ч. Хампден-Тернер. — Минск: Попурри, 2004. — 528 с.
14. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон. — М. : АСТ Москва, 2006. — 571 с.
15. Хэлд Д. Глобальные трансформации: политика, экономика, культура / Д. Хэлд, Д. Гольдблат, Э. Макгрю, Дж. Перратон. — М. : Практис, 2004. — 435 с.
16. Флиер А. Я. Культурология для культурологов / А. Я. Флиер. — М. : Согласие, 2010. — 672 с.
17. Шейко В. М. Континуум культур: проблеми взаємозалежності та співробітництва / В. М. Шейко // Культура України. Мистецтвознав. — Х., 2000. — Вип. 6. — С. 4–12.
18. Шейко В. М. Культура. Цивілізація. Глобалізація (кінець ХІХ — початок ХХІ ст.) : моногр. : В 2-х т. Т. 1 / В. М. Шейко. — Х. : «Основа», 2001. — 518 с.
19. Чумаков А. Н. Метафизика глобализации. Культурно-цивилизационный контекст / А. Н. Чумаков. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2006. — 516 с.
20. Clifford J. Travel and Translation in the Late Twentieth Century / J. Clifford. — Cambridge, 1997. — P. 24.

Надійшла до редакції 10.05.2012 р.