

7. **Москальова Н.П.** Відбудова народного господарства і розвиток ХІМЕСГ(1944-1950 рр.). Зб.наук.праць.Серія «Історія та географія». ХНПУ ім.Г.С.Сковороди:– Х., 2012.– Вип.47. – С.163-169.

8. **Москальова Н.П.** Один рік в історії розвитку Харківського інституту механізації і електрифікації сільського господарства /Зб. наук. праць. Серія «Історія та географія»// ХНПУ ім. Г.С.Сковороди. – Х., 2014. – Вип. 50. – С.108-113.

**Кухаренко А. Л.,**  
*доцент кафедри культурних універсалій  
ХНТУ імені Петра Василенка, кандидат  
наук із соціальних комунікацій*

## **ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ АРТИЗАЦІЇ ТА ГАРМОНІЗАЦІЇ ВЗАЄМОВІДНОСИН.**

*Визначається дефініція поняття «туризм» як чинника коригування соціальної поведінки. Забезпечується споживання культурно-історичного потенціалу спрямованого на культурно-пізнавальну, духовно-моральну, розважальну та рекреаційну діяльність як невід'ємних чинників гуманізації та інтеграції сучасного суспільства.*

**Ключові слова:** *туризм, культурні цінності, культурне споживання, соціальна поведінка, рекреаційна діяльність, соціальна інтеграція.*

*The definition of the term "tourism" as a factor in the correction of social behavior is defined. Consumption of cultural and historical potential aimed at cultural, cognitive, spiritual, moral, entertaining and*

*recreational activities as integral factors of humanization and integration of modern society is ensured.*

**Keywords:** *tourism, cultural values, cultural consumption, social behavior, recreational activity, social integration.*

*Определяется дефиниция понятия «туризм» как фактора корректировки социального поведения. Обеспечивается потребления культурно-исторического потенциала направленного на культурно-познавательную, духовно-нравственную, развлекательную и рекреационную деятельность как неотъемлемых факторов гуманизации и интеграции современного общества.*

**Ключевые слова:** *туризм, культурные ценности, культурное потребление, социальное поведение, рекреационная деятельность, социальная интеграция.*

Сьогодні в умовах стрімких змін зовнішнього середовища на перший план вітчизняних наукових досліджень виходять концепції щодо підвищення ефективності розвитку культурних креативних індустрій, які можна вважати важливим двигуном економічних та соціальних інновацій України.

Відомо й науково доведено, що комунікація як система інтерактивних взаємодій соціокультурних практик в контексті глобалізаційних процесів сучасності, постає провідним фактором здійснення інтегративного потенціалу соціокультурних ініціатив. Однією з найперспективніших домінантних креативних практик, що не тільки привносить величезний прибуток у розвиток національної економіки, а й виступає в якості рекреаційного

чинника щодо артизації та гармонізації загальнолюдських взаємовідносин, є туризм.

Сучасна туристична галузь України сприяє розвитку підприємств транспорту і зв'язку, створенню нових робочих місць, будівництву, що приносять державі вагомий прибуток. Але феноменальна цінність туризму полягає в тому, що він, як складне багатогранне соціальне явище, сприяє збереженню культурної спадщини, об'єднує людей шляхом виявлення спільних інтересів та єдиних взаємодій, а також призводить до зростання толерантності і поваги між ними.

Спробуємо розібратися з визначеннями щодо поняття «туризм» й виокремимо декілька дефініцій. В українських офіційних документах, зокрема в Законі України «Про туризм» (№1193-V11 від 09.04.2014) подане наступне визначення: «Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання як в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю». Відомий український дослідник в царині географії туризму М.Крачило вважає туризм «різновидом рекреації, активного відпочинку» під час якого відбувається відновлення працездатності, що поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями». На думку О. Абукова, дозвілля є ефективним засобом пізнання, що підвищує культурний рівень людини.

Узагальнюючи наведене, ми пропонуємо розглядати туризм як елемент людської культури, специфічну діяльність людини, що належить як окремій особистості, так і групі, й проявляється у світі загальнолюдських ціннісних орієнтацій, створених людством за період прогресу людської цивілізації.

Як відомо, культура охоплює всі сфери життя, представляючи собою процес виробництва і відтворення особистості, задоволення її матеріальних і духовних потреб. Культурні цінності – це об'єкти, що мають значну культурну цінність, важливе матеріальне і духовне значення в житті народів в цілому і народонаселення даної місцевості, тому захищаються міжнародним гуманітарним правом від недбалого поводження з ними місцевими законами та звичаями.

Шлях становлення особистості коригується не лише власними можливостями і людськими потребами щодо вияву своєї духовної належності, але і багатьма зовнішніми чинниками. Культурне споживання цінностей, що відбувається під час спостереження мистецького, культурно-історичного потенціалу туризму, спрямоване на виробництво нових сенсів, дестинацій, а також іміджів і гештальтів повсякденного буття. Будучи індикатором рівня життя населення, туристична практика сприяє збереженню культурної спадщини та історичних цінностей, формуванню взаємного інтересу людей різних національностей, сприяє зростанню толерантності й поваги між, ними й тим самим

постає індикатором стабілізації міжетнічних та міжнародних відносин.

Культурне взаємопроникнення та формування єдиних загальнолюдських цінностей не уніфікує при цьому культурні норми та зразки, а створює унікальне світосприйняття через вироблення загальнолюдської культури щодо відтворення найкращих форм, еталонних цінностей, які створювалися не одним поколінням народу. Вони сприймаються не механічно, а засвоюються відповідно до світоглядних уподобань людини в процесі туристичної подорожі.

Але, як свідчить сучасна практика, для більшості туристів найбільш вагомим є розуміння подорожі, як «пошуку себе», тобто апробація помітних ролей соціальної поведінки, що призведе до того, що туризм втрачає властиві йому раніше соціально й культурно розвиваючі функції. Тобто, головними причинами, через які люди сьогодні подорожують, постають в бажанні відповідати соціальному статусу, або зміні стереотипів життя. Таким чином можна заявити, що за останні півтора десятиліття туризм перетворився на один із символів глобалізації культури, в той же час комерційно-споживчий канал культурного обміну. Все це, в свою чергу, може призвести до оформлення національних культур і етнічних традицій у специфічний товар, запропонований споживачу.

Сьогодні, завдяки збільшенню кількості подорожуючих осіб, а також розвитку масових комунікацій між різними регіонами світу, й навіть країнами, спостерігається тенденція щодо активного обміну музикою, модою й навіть гастрономічними стравами, що призводить до обізнаності ціннісною системою інших народів, надає можливість залучати її елементи (побут, мистецтво) до своєї культури. Архітектура, дизайн, художнє проектування, мода, садово-паркове та інші види мистецтв, утворюють якісно нове естетизоване середовище, яке туристичні культурні практики використовують задля реклами, брендінгу. Але, на нашу думку ці зміни можуть викликати й низку негативних, подекуди соціально небезпечних тенденцій, тому що в масовій культурі тиражується орієнтація на туризм як на модель «людини відпочиваючої та подорожуючої», яка необтяжена соціальними зобов'язаннями [1, с. 125.]. Виникнення індустрії масового туризму, цілком можливо, може призвести до зміни розстановки соціокультурних пріоритетів щодо ціннісних уподобань подорожуючих.

Особливу увагу ціннісної орієнтації туристичної галузі спрямовано на саморозвиток особистості, реалізації її свободи й гідності. В зв'язку з чим, на нашу думку, краще було б зосередитися на високій якості надання послуг в контексті комплексу рекреативних потреб щодо актуалізації цінностей дозвілля задля створення нової ідеології подорожей і туристичної діяльності. Туризм як різновид дозвіллевої діяльності сприяє не

тільки відновленню працездатності, а й сполучається з культурно-пізнавальною, духовно-моральною, розважальною та рекреаційною діяльністю.

Туристичні подорожі здійснюються у вільний час з метою одержання задоволення, пізнання, відпочинку, оздоровлення, лікування, відвідування рідних і знайомих, але без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Саме завдяки цьому туризм постає невід'ємною частиною життя людини, не тільки допомагає розв'язати проблему організації дозвілля населення, але й сприяє згладжуванню відмінностей і попередженню конфліктів у суспільстві, стимулює формування нових зв'язків між окремими людьми й групами, підвищує освітній і культурний рівні населення.

Стосовно заданого контексту туризм може виступати чинником гуманізації сучасного суспільства, нарощення потенціалу та сприяння розмаїттю контенту й способів самовираження особи. Все це стимулює соціальну інтеграцію, підвищує відчуття незалежності до спільноти й полегшує міжкультурний діалог і розуміння іншої культури.

Туристична галузь України формує новий тип відпочинку нації, орієнтовано на активний стиль життя людини, коли потреба в здобутті рекреаційних вимірів й релаксації, наділяє подорожуючих умінням відволікатися і відпочивати в просторі культурних артефактів. Туризм надихає людину на виявлення

власної творчості, відкриває перспективу щодо об'єднання на основі загальнозначущих культурних цінностей, є одним з найважливіших принципів здійснення акту комунікації у різноманітності туристичної подорожі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Ісаєв В.Д., Журба М.А.** Естетична імперативність цивілізації та культури: монографія / Східноукраїнський національний ун-т ім. Володимира Даля. – Луганськ : [Вид-во СНУ ім. В.Даля], 2009. – 187с.

2. **Бек У.** Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / Ульрих Бек ; [пер. с нем. А. Григорьев, В. Седельник]. — М. : Прогресс-Традиция, 2001. — 385 с.

3. **Малахов В. А.** Екзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування / В. А. Малахов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.koris.com.ua/otner/3318/index>