

## **ФЕНОМЕН ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

***ПИЛИПЕНКО С.Г., К.ФІЛОС.Н., ДОЦЕНТ,  
МОІСЄЄВА Н.І., ДОЦЕНТ, К.ФІЛОС.Н.,  
ОМЕЛЬЧЕНКО Г.Ю., СТ. ВИКЛАДАЧ,  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Процес глобалізації, безперечно, постає одним із найвизначніших на межі ХХ та ХХІ століть, визначивши вектор розвитку людства на найближчі десятиріччя. Не зважаючи на те, що ці процеси торкаються усіх боків людського життя, дослідники найбільшу перевагу надають саме економічній глобалізації, оскільки мова йде не лише про фундаментальні матеріальні засади існування людства, але й формування нової планетарної структури.

Так, у щорічному рейтингу глобалізації (Globalization Index), який складається експертами журналу Foreign Policy, беруть участь 62 країни світу, які об'єднують 85 % населення земної кулі й більше 90 % світової економіки. Із пострадянських країн там враховуються Україна, Естонія, Росія. При складанні рейтингу аналітики враховують чотири основних параметри: економічну інтеграцію, персональні контакти, зокрема, міжнародні поїздки та туризм, обсяг міжнародних телефонних переговорів, поштових відправлень та переказів; кількість користувачів Інтернету й активність країни в міжнародних відносинах [1].

Отже, туризм постає одним із основних параметрів визначення рейтингу глобалізації тієї чи іншої країни, а розширення та поглиблення туристських зв'язків – важливою проблемою сучасних міжнародних відносин, що і обумовлює актуальність зазначеної теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Безперечно, питання розвитку туризму, його політичний, економічний і культурний впливи на світове господарство та міжнародні зв'язки займають чільне місце в сучасних політичних, наукових, економічних дискурсах, про що свідчить велика кількість праць, присвячених цій проблемі. Наприклад, монографія за загальною редакцією В.Г. Герасименка «Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку» (Одеса, 2013 р.); монографія за загальною редакцією

І.М. Писаревського «Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи» (Харків, 2011 р.) тощо. Водночас, варто підкреслити, що аналіз туризму не є можливим без філософського осмислення туризму як феномену, напрями функціонування якого є предметом дослідження галузевих наукових дисциплін. Лише філософія, як зазначають сучасні дослідники, здатна осмислити «людський вимір» останнього (В. С. Горський) [2].

**Формулювання цілей статті.** Розглянути питання специфіки туризму в умовах сучасної глобалізації, де відбувається встановлення нового рівня взаємодії суб'єктів. Проаналізувати розширення та поглиблення туристичних зв'язків як важливу проблему сучасного гуманітарного знання. Означити формування нового типу людини.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туризм (франц. tourisme, від tour – прогулянка, поїздка), подорож (поїздка, похід) у вільний час. Іншими словами, туризм – це активна та невимушена форма спілкування між людьми.

Прийнято розрізняти наступні види туризму: маршрутно-пізнавальний, дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, спортивний, сільський, підводний, гірський, діловий чи конгрес-туризм, лікувально-оздоровчий, фестивальний, мисливський, екологічний, учбовий, шоп-туризм, релігійний, етнічний тощо [3, с. 6].

Варто зауважити, що ще у 1937 році Комітет експертів Ліги Націй рекомендували «вважати туристом кожного, хто знаходиться не менше 24 годин в країні, в якій він не живе». У статті I Міжнародної конвенції про митні пільги для туристів, прийнятої ООН в 1954 році, дається наступне визначення цього поняття: «турист» означає будь-яку особу незалежно від її раси, статі, мови та релігії, котра вступає на територію будь-якого договірної держави, крім тієї держави, де ця особа звичайно проживає, і залишається там не менше 24 годин і не більше 6 місяців з дозволеною метою (крім мети емігрувати), як-то: з метою туризму, розваги, спорту або лікування, або за сімейними обставинами, або для навчання, релігійного паломництва, або з діловими цілями [4].

Зазначимо, що Організація Об'єднаних Націй (ООН) і сьогодні постає координатором діяльності держав і національних туристських адміністрацій в області туризму й міжнародних подорожей, а також організатором ряду міжнародних семінарів і колоквіумів із питань підготовки кадрів фахівців для туризму, розробки методики статистичного обліку в області міжнародного туризму. Так, в одному з

останніх актів ООН є Декларація «Використання туризму для досягнення Цілей розвитку тисячоліття», прийнята у вересні 2005 року в Нью-Йорку у рамках Генеральної асамблеї ООН [5, с. 72].

Заслуговує на увагу дослідження М. Селзмен та А.Мататія [6], які у своїй статті «Стилі життя наступного тисячоліття» (1998), розглянули подальший соціальний розвиток на підставі закономірностей розвитку ринку. Автори сформулювали 65 прогнозів щодо різних сфер життя в XXI столітті, серед яких не лише економіка та технологія, але й виховання, сім'я. Головним, на нашу думку, є ідея щодо майбутньої глобальної не лише думки, але і дії. Мова йде про важливість особистісних спостережень та переживань, які формуються також і підчас туристичних подорожей.

Безперечно, глобалізація засвідчує інтенсифікацію економічних процесів, поєднуючи фінансові ринки, комерційні структури, міжнародні організації, держави. Постає єдиний фінансово-економічний простір, де сучасні інформаційно-комп'ютерні технології виступають своєрідною матрицею, впливаючи на правові, соціальні, культурні модули взаємодії. Простір, що виникає, поєднує найвіддаленіші точки земної кулі, тим самим «стискуючи» його, де індивід отримує можливість переживаючи події, що відбуваються на великій відстані тут-і-тепер. Іншими словами, «розширення» географії корелює зі збільшенням динаміки включення суб'єктів у ці процеси, і, навпаки, чим активніше людина щодо сприйняття національної самобутності мультикультурного світу, тим швидше він постає єдиним простором. Глобальний світ вистає потоками, де представники різних національностей, релігійних конфесій та соціальних статусів знаходяться в безпосередній взаємодії. Як зазначають дослідники, у сфері туристичного бізнесу сьогодні працює кожна восьма людина, що дозволяє означити його як «економічне чудо», де відбувається об'єднання людських, фінансових та техніко-технологічних ресурсів для досягнення певної мети.

Яскравим прикладом глобалізаційних тенденцій, що створюють найширші можливості для реалізації туристичної сфери послуг, є становлення глобальної мережі, що поєднує авіакомпанії, готелі, туристичні агентства тощо. Як зазначають дослідники, однією з найвідоміших комп'ютерних систем бронювання туристичних продуктів є «Галілео Інтернешнл»: «Її візитними картками стали потужна інформаційна база, широкі можливості резервування та гнучкість. У сучасному вигляді «Галілео Інтернешнл» існує з 1993 р в результаті злиття двох електронних систем бронювання «Галілео» і

«Ковья-Аполло». Засновниками об'єднаної мережі виступили північноамериканські та європейські авіаперевізники. При рівному пайову участь вони сформували статутний фонд нової компанії в розмірі 1,5 млрд. ам. дол. У 1997 р вона мала 120 тис. терміналів, охоплювала 500 авіакомпаній, 31 тис. готелів, 44 фірми з прокату автомобілів. Число її абонентів досягла 42 тис.». Ця система надає послуги в США, Мексиці та Японії [7, с. 33].

Глобалізаційні процеси надали нові можливості країнам, що пройшли шлях модернізації чи «осередкової модернізації» та індустріалізації на сучасній технологічній основі. Так, за оцінками експертів, Китай вийшов на третє місце у світі за обсягами ВВП, поступаючись лише США та Японії. Це стосується й туристичного сектору (наприклад, мережа мотелів «Шангри-Ла», «Регал Гоутелоз», «Мандарин Ориєнтл» (Гоконг). Відбувається формування стратегічних альянсів (консорціуми, спільні підприємства стратегічного характеру тощо). Популяризація й просування певного туристичного бренду на міжнародному ринку послуг постає одним із завданням.

Проте, варто навести роздуми Генерального директора ЮНЕСКО Коїтіро Мацуура, котрий ще на початку XXI століття зазначив, що незважаючи на те, що процес глобалізації надає людству унікальні можливості в області комунікації та більш вільного обміну ідеями та товарами, він також несе з собою серйозну загрозу посилення нерівності, знеособлення культури і способу життя, втрати самобутності чи, навпаки, веде до сплеску самобутності і відгородження від зовнішнього світу [8]. Одним із шляхів подолання знеособлення є «культурний туризм».

У цьому контексті ми звертаємося до культурного аспекту глобалізації. Так, відомий соціолог П. Бергер, аналізуючи культурне розмаїття у сучасному світі у взаємозв'язку з процесами глобальної трансформації окремих країн Сходу та Заходу, виділив 4 «носія» культурної глобалізації: 1) міжнародна ділова еліта, названа ним слідом за С. Гантінгтоном «давоської культурою». Назва, що походить від економічного форуму європейських лідерів, що періодично відбувається у Давосі (Швейцарія); 2) міжнародна інтелектуальна еліта, позначена Бергером як «клубна культура інтелектуалів»; 3) мак-світ (McWorld), що означає масову культуру; 4) будь-який рух (екологічний, політичний, громадянський, релігійний тощо) [9].

Глобалізація ствердження становлення нової системи культури, що поєднує людство в єдину спільноту, встановлюючи нові образи та цінності, трансформуючи суспільну та індивідуальну свідомість, що

пов'язано зі створенням нової системи координат, де поєднуються локальне та глобальне, що необхідно враховувати при аналізі такого феномену як туризм, що обумовлює формування нового типу особистості – Космополіту. Для останнього змінюється категорія «домівки», вона стає більш широкою, відтепер його дім – увесь світ, а туристичні маршрути уже не пов'язані виключно з його країною та культурою. Так, безвізовий діалог Україна – ЄС, де діють закони і норми поведінки, які є звичними для пересічного українця, відкривають нові можливості в туристичній сфері країни, що пов'язано зі зняттям «культурного бар'єру»

На думку дослідників, у загально-історичному плані можна констатувати поступове збільшення інтеграційних тенденцій, що свідчить про суперечливі тенденції «переходу до сучасності». Образ туриста (З. Бауман), подає усвідомлення дискретності соціокультурного поля, мозаїчності світу, утілюючи свободу (пересування, інформації, спілкування тощо), спричиняючи серйозні соціальні і культурні наслідки. Додамо, що відбувається становлення нових інтеркультурних індивідів, які вже не відчувають себе носіями лише однієї певної культури. Вони існують у новій реальності, яка дозволяє брати активну участь у культурному житті «на відстані», що, в свою чергу, підкреслює наднаціональний характер сучасності. «Перехід до сучасності» пов'язаний зі становленням нового світу, що вимагає нових назв і нових теоретичних обґрунтувань. Новий світ, на думку З. Баумана виявляє себе як «плинна сучасність» [10].

Нова культурна конфігурація, що виникає внаслідок цього, виносить назагал нові цінності, де роль інтегративних культуротворчих чинників набуває нової якості. Люди «дедалі більше живуть реальністю накресленого (створеного) новою культурою, новими культурними засобами ілюзорного світу, за яким проглядається вплив глобальної цивілізації, що диктує нову об'єктивність» [11, с. 49]. За умов глобальних технологій і глобальних медіакомунікацій, умов створення глобальних мереж, що володіють можливостями швидкого переміщення і характеризуються за допомогою префіксів «над-» і «транс-», відбувається зміна форми локальних культур. Процес глобалізації засвідчує становлення нових форм взаємодії, що підкреслює трансформацію класичного уявлення про культуру.

Сучасна культура пов'язана зі специфікою соціальних відносин і стосунків, тому мова йде про становлення простору, який, на думку Ю. Шинкаренка, має об'єднати без винятку всіх суб'єктів

соціокультурних і націокультурних форм, які утворюють суспільну взаємодію [12, с. 77]. Завдяки «культурному туризму» відкриваються нові можливості об'єднання людей, що належать як до єдиної, так і до різних культур, шляхом виявлення спільних інтересів та єдиних взаємодій. Як наголошував український дослідник О. Голозубов, «виникла нагальна потреба формування людини як «громадянина світу», який має бути мобільним не тільки у своїх пересуваннях, але й у здатності сприймати інші культурні цінності та норми, поважати Іншого» [14, с. 2]. Ідеться про людину, котра залишається культурно різноманітною і багатообразною, усвідомлюючи свої особисті, економічні, гуманітарні, комунікаційні потреби з урахуванням їх на загальнопланетарному рівні, долаючи власну «загубленість» [13, с. 539].

На думку дослідників, з інтенсифікацією глобальних та інформаційних зв'язків об'єднання людей будуть складатися не за національного, класовою, державною чи територіальною приналежністю, а за загальністю інтересів, схильностей тощо, тому на зміну національно-державній організації людства приходить мережева. Виникає глобальна комунікація, що сформувала шляхом стягнення новий топос, котрий містить культурні простори, які раніше ніколи не взаємодіяли.

Тому, коли в філософсько-культурологічному дискурсі постає питання виникнення інноваційних феноменів як одного з проявів тенденцій глобалізації, насамперед, мова йде саме про «культурний туризм». Створюється принципово нова реальність, яка характеризується розвитком єдиної системи світового зв'язку, активізацією діяльності транснаціональних компаній та становленням єдиного інформаційного простору, де основний акцент робиться на можливості легше орієнтуватися у сучасному світі. Як зазначає В. Шаласєв, люди в таких умовах уже не почувають себе носіями традиційних соціальних інститутів – етносу, нації, суспільства, мови – тобто тих інститутів, що визначалися певними формами.

Ця ситуація демонструє багатомірність сучасної людини: вона відчуває власні необмежені можливості, адже вповільнений ритм життя і певний патріархальний устрій для неї тотожний власному небуттю, але водночас відчуває множинність і фрагментованість світу, Одномірність людини змінюється багатомірністю, окрім того, сучасна людина – це людина швидкості, її основні риси – висока мобільність, незалежність.

У цьому контексті є цікавою типологія туристів німецького дослідника Г. Гана, що запропонував шість основних типів туристів

(кожна група розрізняється за першою літерою відповідного її найменування): S, F, W-1 и W-2, A и B-типи: S-тип (нім. Sonne, Sand, See – «сонце, море»); F-тип (нім. fern- und flirtorientierter, Eriebnisurlauber – «відпускник, що подорожує на далекі відстані»); W-1-тип (нім. wald- und wanderorientiert – «надає перевагу лісним прогулянкам»); W-2-тип – спортсмен; A-тип (нім. Abenteur – «пригода»); B-тип (нім. Bildung- und Besichtigung – «освіта й перегляд пам'яток») [15]. Ця типологія не є єдиною, проте, на наш погляд, вона яскраво змальовує типи особистостей, і виступає критерієм інших класифікацій. Ідеться про формування образу людини-номада (від nomad – кочівник), що живе «тут-і-сьогодні», без минулого та майбутнього, втілюючи культурний поліцентризм у всіх його проявах [16, с. 55]. Людина сучасності – це неукорінена людина, що має власний напрямок і автономію, для якої рух, процес стає домінантним модусом існування.

**Висновки.** На початку ХХІ сторіччя туризм набуває нового значення, що є наслідком становлення єдиного глобального не лише економічного, але й інформаційно-комунікативного простору. Відбувається становлення нової культурної системи, що спрямована на усвідомлення єдності багатоманітного світу. Системи, де підкреслюється значимість загальнолюдських цінностей, адже саме туризм є найефективнішим способом пізнання й розвитку власних цінностей та цінностей інших культурних систем. Бурхливе зростання туризму та складність міжкультурних відносин визначають багатовекторність дослідження зазначеної проблеми.

Таким чином, в умовах інтенсифікації процесів глобалізації та інформатизації сучасності особливої уваги заслуговує розуміння туризму як соціокультурної практики, як однієї з можливостей реалізації та прояву політики співробітництва. Тому у сфері туризму особливої актуальності набувають принципи мультикультуралізму, етнокультурної сприйнятливості, толерантності, емпатії, розуміння та поваги до проявів іншої культури, що дозволяє успішно контактувати з представниками будь-якої культури, що відрізняється від власної.

### **Література.**

1. Новини економіки. Огляд економічної ситуації в Україні та світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://dt.ua/ECONOMICS/ukrayina\\_viperedila\\_rosiyu\\_za\\_rivnem\\_globalizatsiy\\_i.html](https://dt.ua/ECONOMICS/ukrayina_viperedila_rosiyu_za_rivnem_globalizatsiy_i.html)

2. **Горський В. С.** Подорож як феномен культури. Всеукраїнський круглий стіл «Філософія туризму» / **В. С. Горський.** – К., 2002. – 146 с.

3. **Кубах А. І.** Правове регулювання туристської діяльності : Навчальний посібник / **А. І. Кубах, Т. А. Коляда, О. В. Харитонов.** – Харків : ХНАМГ, 2010. – 282 с.

4. Міжнародно-правові аспекти туристської діяльності. Навчальний посібник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/21978/>

5. **Садовенко А.** Сталий розвиток суспільства: навчальний посібник / **А. Садовенко, А. Масловська, В. Серeda, Т. Тимочко.** – [2 вид.]. – К.: 2011. – 392 с.

6. **Salzman M., Matahia I.** Lifestyles of the next millennium / **M. Salzman, I. Matahia** // Futurist. (Wash.). – 1998. – Vol. 32, № 5. – P. 32–47.

7. **Кельдер Т. А., Шевченко Ю. О.** Зовнішньоекономічна діяльність в туризмі : навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» спеціальності «Туризмознавство». – Запоріжжя: ЗНУ, 2012. – 102 с.

8. К обществам знания. Всемирный доклад ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141843r.pdf>

9. Культурная динамика глобализации / Многоликая глобализация: культурное разнообразие в современном мире / Под ред. **Питера А. Бергера и Сэмюэля П. Хантингтона** ; пер. с англ. **В. В. Сапова** ; под ред. **М. М. Лебедевой.** – М. : Аспект Пресс, 2004. – 378 с.

10. **Бауман З.** Текучая современность / Зигмунт Бауман ; [пер. с англ. С. А. Комаров]. – М. : Питер, 2008. – 238 с.

11 **Шалаев В. П.** Состояния и ресурсы философии нашего времени : деградация или рождающий хаос (опыт соц-филос. анализа) // Человек познающий, человек созидающий, человек верующий: сб. ст. / ред. кол.: Солонин А. (пред.) и др. – СПб., 2009. – С. 42–58.

12. **Шинкаренко Ю.** Ідентичність і життєвий світ у контексті сучасних цивілізаційних змін / **Юлія Шинкаренко** // Філософ. думка. – 2002. – № 1. – С. 68–83.

13. Цивилизационная структура современного мира : в 3 т. / под. ред. **Ю.Н. Пахомова, Ю.В. Павленко.** – Киев : Наук. думка, 2006. – Т. 1. – 687 с.

14. **Голозубов О.В.** Радість і сміх у культурних практиках постмодерну: філософсько-антропологічні виміри : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня д-ра філософ. наук : спец. 09.00.04 «Філософська антропологія, філософія культури» / **О.В. Голозубов.** – Х., 2010. – 36 с.

15. **Кіптенко В.К.** Сутність і зміст менеджменту туризму : [підручник] / **В. К. Кіптенко.** – Київ : Знання, 2010. – 502 с.

16. **Блюменкранц М.** В поисках имени и лица. Феноменология современного ландшафта / **М. Блюменкранц** // Вопр. философии. – 2007. – № 1. – С. 47–60.



## References.

1. Novyny ekonomiky. Ohlyad ekonomichnoyi sytuatsyy v Ukraini ta myre [News of economy. Review of the economic situation in Ukraine and in the world]. (n.d.). *dt.ua*. Retrieved from [https://dt.ua/ECONOMICS/ukrayina\\_viperedila\\_rosiyu\\_zarivnem\\_globalizatsiyi.html](https://dt.ua/ECONOMICS/ukrayina_viperedila_rosiyu_zarivnem_globalizatsiyi) [in Ukrainian].

2. **Hors'kyy V.S.** (2002). *Podorozh yak fenomen kul'tury. Vseukrayins'kyy krubhyy stil «Filosofiya turyzmu»* [Journey as a phenomenon of culture. All-Ukrainian Round Table «Philosophy of Tourism»]. Kyiv, p. 146 [in Ukrainian].

3. **Kubakh A.I., Kolyada T.A., Kharitonov O.V.** (2010). *Pravove rehulyuvannya turyst-s'koyi diyal'nosti* [Legal regulation of tourist activity]. Kharkiv: KHNAMH, p. 282 [in Ukrainian].

4. Mizhnarodno-pravovi aspekty turyst-s'koyi diyal'nosti [International-legal aspects of tourism activities]. (n.d.). *buklib.net*. Retrieved from <http://buklib.net/books/21978/> [in Ukrainian].

5. **Sadovenko A., Maslovs'ka L., Sereda V., Tymochko T.** (2011). *Stahy rozvytok suspil'stva* [Sustainable Society Development]. Kyiv, p. 392 [in Ukrainian].

6. **Salzman M., Matahia I.** (1998). Lifestyles of the next milennium / **M. Salzman, I. Matahia** // Futurist. (Wash.), Vol. 32, No 5, pp. 32-47.

7. **Kel'der T.L., Shevchenko Yu. O.** (2012). *Zovnisn'oekonomichna diyal'nist' v turyzmi* [Foreign economic activity in tourism]. Zaporozhye: ZNU, p. 102 [in Ukrainian].

8. K obshchestvam znaniya. Vsemirny doklad YUNESKO [To knowledge societies. UNESCO World Report]. (n.d.). *unesdoc.unesco.org* Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141843r.pdf> [in Russian].

9. **Berger Pitera L., Khantigtona Semyuelya P.** (Eds.). (2004). *Kul'turnaya dinamika globalizatsii* [Cultural Dynamics of Globalization]. Mnogolikaya globalizatsiya: kul'turnoye raznoobrazie v sovremennom mire. **M.M. Lebedeva** (Ed.). (**V.V. Sapov**, Trans.). Moscow: Aspekt Press, p. 378 [in Russian].

10. **Bauman Z.** (2008). *Tekuchaya sovremennost'* [Flowing modernity]. (**S.A. Komarov**, Trans.). Moscow: Piter, p. 238 [in Russian].

11. **Shalayev V.P.** (2009). *Sostoyaniya i resursy filosofii nashego vremeni: degradatsiya ili rozhdayushchiy kaos (opyt sots-filos. analiza)* [The states and resources of the philosophy of our time: degradation or the birth of chaos (experience of social-philosophy analysis)]. Chelovek poznayushchiy, chelovek sozidayushchiy, chelovek veruyushchiy. A. Solonin. Sankt-Peterburg, pp. 42-58 [in Russian].

12. **Shynkarenko Yu.** (2002). Identychnist' i zhyttyevyy svit u konteksti suchasnykh tsyvilizatsiynykh zmin [Identity and the world of life in the context of modern civilizational changes]. *Filosofs'ka dumka – Philosophical thought*, No 1, pp. 68-83 [in Ukrainian].

13. **Pakhomova Yu.N., Pavlenko Yu.V.** (2006). *Tsyvlyzatsyonnaya struktura sovremenoho myra* [The civilization structure of the modern world]. (Vols. 1-3). Kyev: Nauk. dumka, Vol. 1, 2006, p. 687 [in Russian].

14. **Holozubov O.V.** (2010). Radist' i smikh u kul'turnykh praktykakh postmodernu: filosofs'ko-antropolohichni vymiry [Joy and laughter in cultural

practices of postmodern: philosophical and anthropological dimensions]. *Dissertation of doctor of philosophical Sciences*. Kharkiv, p. 36 [in Ukrainian].

15. **Kiptenko V. K.** (2010). *Sutnist' i zmist menedzhmentu turizmu : pidruchnyk [Nature and content of tourism management]*. – Kyiv: Znannya, p. 502 [in Ukrainian].

16. **Blyumenkrants M.** (2007). V poiskakh imeni i litsa. Fenomenologiya sovremennogo landshafta [Looking for a name and face. Phenomenology of contemporary landscape]. *Voprosy filosofii – Questions of Philosophy*, No 1, pp. 47-60 [in Russian].

#### **Анотація.**

**Пилипенко С.Г., Моїсєєва Н.І., Омєльченко Г.Ю. Феномен туризму в умовах глобалізації.**

*Стаття присвячена дослідженню туризму в умовах сучасної глобалізації. Підкреслюється, що туризм є одним з чинників визначення рейтингу глобалізації країни. Туризм сприяє встановленню нового рівня взаємодії суб'єктів. Зазначається, що розширення та поглиблення туристичних зв'язків є важливою проблемою сучасного гуманітарного знання. Метою дослідження є аналіз туризму як соціокультурної практики. У статті підкреслюється, що туризм у контексті глобалізації формує новий тип людини – Космополіта.*

**Ключові слова:** туризм, культура, культурний туризм, глобалізація, людина, космополіт.

#### **Аннотация.**

**Пилипенко С.Г., Моисеева Н.И., Омельченко Г.Ю. Феномен туризма в условиях глобализации.**

*Статья посвящена исследованию туризма в условиях современной глобализации. Подчеркивается, что туризм является одним из факторов определения рейтинга глобализации страны. Туризм способствует установлению нового уровня взаимодействия субъектов. Отмечается, что расширение и углубление туристических связей является важной проблемой современного гуманитарного знания. Целью исследования является анализ туризма как социокультурной практики. В статье подчеркивается, что туризм в контексте глобализации формирует новый тип человека – Космополита.*

**Ключевые слова:** туризм, культура, культурный туризм, глобализация, человек, космополит.

#### **Abstract.**

**Pylypenko S., Moiseeva N., Omelchenko H. The phenomenon of tourism in the conditions of globalization.**

*The article is devoted to the research of tourism in the conditions of modern globalization. It is emphasized that tourism is one of the factors determining the ranking of the country's globalization. Tourism contributes to establishing a new level of interaction between actors. It is noted that the expansion and deepening of tourist ties is an important issue of modern humanitarian knowledge. The purpose of the study is to analyze tourism as a socio-cultural practice. The article emphasizes that tourism in the context of globalization forms a new type of person – Cosmopolitan.*

**Key words:** tourism, culture, cultural tourism, globalization, man, cosmopolitan.