

DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.26.2021.269936>

## АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОСОФСЬКОГО ОСМИСЛЕННЯ ТУРИЗМУ

В. ЗІНЧЕНКО

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6987-5532>

*Київський національний лінгвістичний університет*

Стаття присвячена актуальним питанням філософського осмислення туризму, як знакового явища в суспільному житті та важливої складової економічного розвитку. З кожним новим періодом цивілізаційного розвитку, феномен туризму стає все більше і більше багатограним. В цілому ряді країн його розвиток посідає пріоритетне місце, враховуючи процент зайнятості населення і високу фінансову дохідність. Туризм уже давно складає основу індустрії гостинності. У статті характеризуються основні складові філософії туризму. Розкривається аксіологічний сенс філософського туризму. Пояснюється філософська прaxeологія туризму. Обґрунтовуються антиномії необмеженої туристичної діяльності.

Прикладів зовсім необов'язкового, а інколи просто недоречного вживання поняття «філософія» чимало. Полишаючи таку довільність на совісті їх авторів, підкреслимо, що «призначення» філософії у її класичному та й сучасному вигляді полягає в тому, щоб її засобами і можливостями визначати для людей життєві смислуотворювальні орієнтири, тим самим залучаючи їх до світу мудрості, царини софійності. Випрацьовуючи уявлення про загальну, універсальну форму культурного багатства, філософія виявляє і формулює у теоретичних концепціях інваріантні „вічні» засади людського світовідчуття, світорозуміння і світоставлення. Актуальне завдання філософської культури – здійснювати обґрунтування методології пошуку рішень дедалі складніших проблем людського буття у світі, що стрімко змінюється («гераклітівський потік»), озброювати особистість у її виявленні нових смислів власного існування.

Констатуємо: діапазон вживання філософських визначень до пояснень різноманітних реалій суспільного життя та людської діяльності останнім часом суттєво розширився. «Якщо наприкінці XIX і в першій половині XX століття науки про людину і суспільство вважалися повністю відокремленими від філософії, то сьогодні відбувається їх своєрідна «рефілософізація», що спричиняє зміни відносин між самими науками про людину і суспільство».

**Ключові слова:** філософія, туризм, індустрія гостинності, осмислення, сенс, перспектива.

The article is devoted to topical issues of philosophical understanding of tourism as a significant phenomenon in public life and an important component of economic development. With each new period of civilization development, the phenomenon of tourism is becoming more and more multifaceted. In a number of countries its development is a priority, taking into account the percentage of employment and high financial profitability. Tourism has long been the basis of the hospitality industry. The article describes the main components of the philosophy of tourism. The axiological meaning of philosophical tourism is revealed. The philosophical praxeology of tourism is explained. The antinomies of unlimited tourist activity are substantiated.

There are many examples of completely unnecessary, and sometimes simply inappropriate use of the term “philosophy”. Leaving such arbitrariness on the conscience of their authors, let us emphasize that the “purpose” of philosophy in its classical and modern form is to determine for people by its means and capabilities the meaning-forming guidelines of life, thereby attracting them to the world of wisdom, the realm of sophistication. Developing the idea of a common, universal form of cultural wealth, philosophy reveals and formulates in theoretical concepts the invariable “eternal” principles of human worldview, worldview and worldview. The urgent task of philosophical culture is to substantiate the methodology of finding solutions to the increasingly complex problems of human existence in a rapidly changing world (“Heraclitian flow”), to equip the individual in his/her discovery of new meanings of his/her own existence.

Let us state the range of philosophical definitions used to explain various realities of social life and human activity has recently expanded significantly. “If in the late nineteenth and in the first half of the twentieth century the sciences of man and society were considered completely separated from philosophy, today they are undergoing a kind of “refilosophy”, which leads to changes in the relationship between the sciences of man and society themselves”.

**Keywords:** philosophy, tourism, hospitality industry, comprehension, meaning, perspective.

Філософський погляд на туризм, як і будь-яка інша теоретична рефлексія, полягає в тому, щоб насамперед з'ясувати сутність предмету свого осмислення у понятійний спосіб, представити її категоріально та концептуально. Це досить складне завдання, адже туризм настільки багатобічне явище суспільного життя, що його неможливо однозначно визначити. За своєю природою туризм є мультиструктурним, багатофакторним явищем. Це зумовлює його відповідну теоретичну архітектуру. Туризм водночас виступає як найкрупніша і найдинамічніша індустрія світу, розгалужена соціальна служба, що надає робочі місця сотням мільйонів людей; це і система подорожей та екскурсій; це і форма рекреації, заснованої на антропоекологічній парадигмі, спосіб життя, привабливе хобі, спосіб одержання насолоди від життя, задоволення потреб<sup>1</sup>.

Особливо слід підкреслити, що в туризмі розташована суспільна сфера гостинності, яка особливо виразно демонструє його людиноприймальний характер.

Вже названі ознаки туризму достатні, щоб охарактеризувати його як складний багатоаспектний соціальний феномен. Жодна соціо-гуманітарна наука не здатна повністю і вичерпно охарактеризувати його як виключно предмет власних досліджень. Теорія туризму (туризмологія, туризмознавство, туризмометрія, туризмографія) має у системно-структурному вигляді відобразити феномен туризму, всі його складові.

Рефлексуючи в узагальнений спосіб туризм як духовне і соціокультурне явище, як своєрідну проекцію багатогранного буття людини, вираз її суспільної, духовної та культурної сутності, філософія туризму покликана виконувати методологічну функцію щодо інших наук про туризм. При цьому вона збагачується у своєму світоглядному за антропологічному змісті їх конкретними науковими доробками. Не буде перебільшенням стверджувати, що філософія туризму поступово набуває певної дисциплінарної автономії у межах європейської та й світової соціальної філософії.

У філософії туризму, безумовно, є і власна історико-філософська традиція. Це, насамперед, стосується періоду, коли туризм набув самостійного значення як специфічна галузь виробництва, система організації подорожей, інститут гостинності, що, у свою чергу, уможливило появу перших наукових узагальнень такого феномену як «туризм». Але значний інтерес в історико-філософському аспекті викликає і та література, в якій містяться наративи (туризмографія, оповіді, спогади, спостереження) стародавніх мандрівників, «людини, що подорожує» різних історичних часів. Історико-філософська глава книги осмислення подорожей і мандрівок – важлива частина філософії туризму.

Філософія туризму виступає як своєрідна соціально-філософська *феноменологія*. Її об'єктом є «життєвий світ» людини як джерело її культурного досвіду, що його вона набуває в результаті комунікативної дії зі світом культури, з досвідом «Іншого» та «Інших» (інтерсуб'єктивність та міжсуб'єктна комунікація). Подія *Зустрічі* з усіма притаманними їй особливостями – підготовкою заздалегідь та випадковістю, осмисленням та спогадами – важливий епізод в туристському житті. Основна ідея феноменології – нерозривність і в той же час незведеність свідомості та людського буття, особистості та предметного світу, соціуму і духовної культури своєрідно трансформується у філософії туризму. В ній у своєрідний спосіб формуються саме феноменологічні проблеми значення, смислу, оцінки. Всі вони присутні в туристській практиці, їх усвідомлення дозволяє мандрівникові досягнути навколишню дійсність, розуміти смислові сенси культури, з якою він спілкується<sup>2</sup>.

Філософське осмислення феномену туризму реалізується і завдяки його *герменевтичним* потенціям. Розуміння і сприйняття цінностей культури, яке

здійснюється в туристських подорожах, реалізується через витлумачення, інтерпретацію (герменевтика). Людина, що пізнає, не лише спостерігає і слухає розповіді, але й особисто «розшифровує» зміст пам'яток історії, шедеврів архітектури, «вितворів природи», тим самим освоює їх, робить своїм («привласнення»). Герменевтика і є феноменологією людського буття (Dasein), однією із граней якого є переміщення, перехід, подорожування. За допомогою процедури герменевтичного розкодування культурних символів виявляються об'єктивні, онтологічні параметри людської присутності в культурі, тобто ті умови та змістовні обставини, завдяки яким це буття є тим, чим воно може бути. Пізнаючи «світ Іншого», артефакти його середовища людина водночас уявляє і осмислює багатоваріантність культурного і туристичного простору, визначає особливості свого перебування в ньому. Порівнювальність, компаративізм, оцінювання та самоідентифікація важливі світоглядно-філософські риси, які ініціюються туристськими подіями. Внаслідок цього у людини формується складний етико-психологічний комплекс культурозумовлених відчуттів – задоволення і незадоволення, заздощів і гордошів, радощів та розчарувань тощо.

Тим самим туризм виявляє своє антропологічне значення. Насичений філософським, людиноцентрованим змістом, туризм справляє розвиваючий і збагачуючий вплив на особистість. Якщо людина в подорожі залишається незмінною, то це погана подорож – вважає Еріх Блох. Знаменитий італійський мандрівник Марко Поло, який пройшов караванним шляхом усю Центральну Азію, мандрував Палестиною, Монголією, Китаєм, горами Паміра, був не лише підприємливим купцем, але й губернатором китайського міста, військовим кореспондентом. Він вивчив кілька екзотичних мов, став відомим письменником. У «Книзі Марко Поло» (до речі написаній у в'язниці, куди його спровадили генуезькі конкуренти-торгівці) він яскраво виклав свої враження від знайомства з народами, які населяють Яву, Цейлон, Індійський архіпелаг, Азію. Протягом Ренесансу його книга була майже єдиним цінним інформаційним джерелом про Схід, написаним європейцем. Благотворний вплив подорожей безпосередньо або опосередковано відчувають на собі як професійні діячі туристської справи, так і пересічні учасники туристських подій. Всі вони так чи інакше причетні до створення світу цивілізованого людського співжиття, в якому людина – це не випадковий чужинець, а законний житель або господар. Звичайно, міра цього усвідомлення, характер відчуттів випадковості чи закономірності перебування у цьому світі великою мірою залежить від суб'єкта туристської дії – функціонера, менеджера чи відвідувача, мандрівника, звичайного туриста, від його життєвого досвіду, культури, освіченості, мотивації діяльності тощо. Звичайно, не можна при цьому не враховувати те, що неабияку роль у туризмі відіграють матеріальні можливості як володаря туристських послуг, так і тих, хто їх споживає – елітарного, ексклюзивного туриста який подорожує за «альтернативною» програмою, чи учасника туризму соціального, або мандрівника «третього віку». Але, як свідчить практика, для туриста, який здійснює поїздку з будь-якою метою – діловою, науковою, культурно-пізнавальною, розважальною, оздоровчою, головним с незабутні враження від зустрічей з історією, культурою та звичаями інших народів і країн. Позитивні емоції, як правило, переважають у порівнянні із незручностями, що нерідко трапляються під час подорожі: «Сотри случайные черты и ты увидишь – мир прекрасен»<sup>3</sup>.

Туризм є ефективним засобом реалізації людських цінностей, насамперед таких, як вибір, свобода, гідність, зацікавленість, бажання, дружелюбність, самоідентифікація та самореалізація тощо. Аксиологічний аспект туристської діяльності є одним із вагомих визначників філософії туризму. Результатом

навіть короткотермінових поїздок є поглиблення власних уявлень про цінності спілкування, щирість, відкритість, толерантність, справедливість тощо. В залежності від наслідків контактів відбувається певна корекція ціннісних орієнтацій індивіда, перегляд власних уявлень про переваги чи вади «відмінного від твого» способу життя. Адже кожна людина насправді є мірою всіх речей, як тих, що існують, і вона може їх спостерігати і споживати, так і тих, які не існують, але вони їй потрібні. Високого філософсько-гуманістичного значення в наслідок ціннісного опанування світом набуває формування комунікативної культури особистості, культури спілкування, взаємоповаги, взаємодії. Загально визнана духовна сила паломництва до святих місць. Але не менш вагоме те, що під час паломництва у її учасників формувалася культура спільноти. Дослідники паломництва зазначають, що для багатьох пілігримів головним була сама подорож, а не факт прибуття до святих місць. Вони здійснювали свої подорожі в компанії однодумців; багаті й бідні мандрували разом, вчилися жити однією общиною, поділяючи труднощі, долаючи перешкоди. Внаслідок цього уроки спільного шляху виявлялися для них набагато цінніше, ніж проповіді про праведне життя.

XXI-е століття має стати часом «гуманітарного повороту», переходом від деструктивного типу цивілізації з її хижацьким ставленням до природи, ксенофобією, жорстким економічним та політичним суперництвом до її людиноорієнтованої моделі. Що може забезпечити такий поворот? Поставити таке запитання значно легше, ніж задовільно відповісти на нього. Однак безсумнівно, що одним із чинників формування «цивілізації людини» є запровадження в життя людської спільноти етики спілкування і співжиття. Ґрунтуючись на принципах визнання рівноправності власних переконань і відмінних життєвих позицій, поєднання цінностей індивідуальної свободи і спільної відповідальності ця етика утворює підвалини загальнолюдської культури. «Комунікативна культура» основна ланка концепції «нового гуманізму», який, у свою чергу, є одним із уособлень теоретичної моделі «вселюдських цінностей», тих аксіологічних максим, інваріантний зміст яких, конкретизуючись у кожную нову історичну епоху, забезпечує усталеність існування людської спільноти, наступність процесів суспільного життя<sup>4</sup>. Як найдемократичніша форма людських взаємин, туризм здатний сприяти моральній меліорації, етичній ресоціалізації сучасного суспільства, яке гостро потерпає від набутого соціального імунодефіциту – браку щирості та теплоти людського спілкування. Гуманістично-терапевтичний сенс комунікативної культури визначається її ціннісними нормативами, серед яких пріоритетними є визнання гідності людини (принцип самодостатності особистості): доброзичливого ставлення до «альтернативних» або несхожих думок, переконань, способів життя (принцип толерантності), співчуття та порозуміння. Взаємодіючі та взаємодоповнюючі один одного ці принципи в разі їх дотримання сприяють утворенню моральної аури спілкування, суспільної атмосфери довіри як підґрунтя дружнього єднання, соціальної злагоди і цивілізованого консенсусу. Ситуація підозри, недовіри, ксенофобії, яка досить типова для нашого сьогодення, актуалізує значення цієї якості людського співжиття. В тому числі у її ідеально-орієнтуючому аспекті. Адже довіра – це зв'язок, позбавлений утилітарно-егоїстичного інтересу, взаємодія, яка багато в чому не може бути пояснена раціонально (Е. Дюркгейм). Довіра – індикатор «доконтрактової солідарності» (Р. Мертон), особисто-інтимний і водночас надіндивідуальний елемент людського співжиття, який забезпечує певну рівновагу в стихійному світі повсякденних контактів та зіткнень. Довіра як цінність – значно більше, ніж констатація необхідності та неминучості виваженої прагматики людського існування: «ти – мені, я – тобі». Саме туристські комунікації дозволяють

встановлювати стосунки невимушеного, добровільного спілкування, заснованого саме на довірі, щирості, добродійності. Туризм здатний приміряти конфронтуючих, розв'язувати конфлікти, його комунікативні можливості дозволяють досягати «інтерсуб'єктивного узгодження смислу». (К. О. Аппель). «Справжній турист», як правило, – людина «діалогічного стилю», здатна не на фатичне, тобто беззмістовне, формальне спілкування, а на фактичне, зацікавлене, морально значиме. Звичайно, культура спілкування, довірчі стосунки не виникають автоматично, вони потребують значних вольових зусиль, бажання домовлятися, психологічної налаштованості на доброзичливі контакти<sup>5</sup>.

Власними, виключно багатограними можливостями туризм здатний розв'язувати цілу низку взаємопов'язаних проблем високого суспільного звучання. Одна із них – забезпечення інтеграції нашого «розірваного світу», сприяння посиленню тенденцій солідарності, комунітаризму. Завдяки прямим, спонтанним і «недокучливим» контактам, що їх здійснюють чоловіки і жінки, які являють різні культури і способи життя, туризм сприяє забезпеченню у світовій та регіональній спільноті атмосфери добросусідства і гостинності<sup>4</sup>. Учасники таких добровільних, невимушених зустрічей, а їх число з року в рік збільшується, своїм спілкуванням витворюють альтернативну (або доповняльну) Інтернету живу загальнопланетарну міжіндивідуальну комунікацію. Туристське спілкування універсальних форм міжособистісного спілкування, яке мережу – одна із-за умов інтернаціоналізації та глобалізації життя людей перетворилося на один із важливих факторів, що визначають зміст життя людства. І не випадково туризм визначають як ефективний канал «народної дипломатії». Адже людські кроскультурні взаємини розташовуються «вище урядів», вони безпосередні, щирі, прозорі, «теплі». В цьому відношенні великим гуманістичним потенціалом наділені такі різновиди туризму, як соціальний, родинний, молодіжний, релігійний, «ностальгічний», «подієвий», а також туризм для людей «третього» та похилого віку, інвалідів. Можна цілком погодитися із твердженням французького професора М. Бідо про те, що «туризм співзвучний гуманізму». Антропологічна та аксіологічна функції філософії туризму підкреслюють, що головною діючою особою туристської події є людина, яка вільно, невимушено самореалізується, на відміну від людини політичної чи економічної, яка проявляє свою частковість, необхідно виконуючи конкретну функцію<sup>6</sup>.

У розумінні туризму як суто людського підприємництва вагому роль відіграє здатність теоретика відокремити екзистенціальний вимір мандрівництва. Людина, наголошує екзистенціалізм, відокремлюється із універсуму своєю здатністю виходити за межі наявних життєвих ситуацій з їх одноманітністю, турботами та загрозами, примусами та обов'язковістю. У розриві з повсякденністю, «випадковістю» свого буття людина виявляє свою присутність у світі, самовизначається. У Сартра людина – це невизначеність, навіть авантюра, проект виконання якого – доля особистості, приреченої на свободу. Згідно з Ніколо Аббаньяно (концепція позитивного екзистенціалізму) – людина це завжди можливість, вибір якої перебуває в її власних руках – людини, що вибирає. Подорожі є чудовим способом уникнути повсякденної неминучості, яка лякає повторенням одних і тих же форм життєдіяльності – зауважував Блез Паскаль. При цьому особливе значення для втікача від повсякденного поспіху має природа, яка позбавлена негативних рис людської екзистенції. Екзистенційно-особистісне ставлення до природи найкраще відбиває глибинну сутність людської екзистенції у її природних вимірах.

Важливою складовою філософії туризму є його морально-психологічний компонент. *Етика* туризму – одна із форм професійної моралі для тих, хто фахово займається цим видом суспільної діяльності. Однак про певні моральні норми і межі, в яких має розгортатися туристська діяльність, люди почали замислюватися задовго до появи самого терміну туризму. В поведінці як звичайного туриста, так і фахівця туристичної сфери (туроператор, турагент, керівник турфірми тощо) морально-психологічні якості посідають чільне місце. Кожна порядна, вихована особистість при зустрічі з незнайомими людьми намагається, як правило, справити приємне враження, бути дружелюбним, привітним, уважним. Інша справа, що для окремої частини учасників туристських подій моральна культура виявляється суто функціональною, або демонстративно показовою, адже нечемне поводження з клієнтом загрожує успішному туристському бізнесу. Однак сучасний погляд на туризм та його дійових виконавців полягає в тому, що туристський бізнес, як форма суспільної діяльності, також повинен бути людино-центрованим, при цьому не за формою, а за суттю. І не випадково справжні професіонали туристської справи, представники відповідального туризму вважають, що туризм має плануватися і практикуватися як привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення<sup>7</sup>. Поєднуючись з духовним розкріпаченням, адже турист – це вільна людина, що самовизначається і самореалізується, туризм здатний бути унікальним засобом саморозвитку особистості.

Звичайно, як і будь-яка соціо-моральна проблема, свобода в туризмі є внутрішньо-суперечливою. Щоб бути насправді вільною, особистість повинна невимушено володіти і розпоряджатися кількома видами свободи: матеріально-економічною, політично-правовою, морально-інтелектуальною та свободою вільного часу. Всі вони фокусуються у свободі вибору, яка концентрується в обранні виду туризму, бажаного виду подорожі, її програми, змісту тощо. Тільки за цих умов людина здатна реалізувати свій вибір у тому значенні й обсязі, який вона бажає. Свобода як цінність духовного рангу є джерелом усвідомлення туристом власної гідності. Проте, в реальному житті це проявляється у тій конкретній свободі, якою користується елітний турист, до послуг якого представляються найекзотичніші маршрути, найвишуканіший сервіс і культурні програми, і «соціальний» турист, який може розраховувати на послуги зовсім іншого розряду. В умовах широкої демократизації суспільних відносин значно загострюється проблема так званого соціального туризму, а також молодіжного та дитячого туризму. Сутність соціального туризму нерідко визначається у відповідності із суспільним статусом основного контингенту його учасників – це туризм для незаможних, діяльність, що спрямована на рекреацію (відновлення) людини за рахунок надання мінімального необтяжливого набору туристських послуг. Втім таке розуміння значно звужує діапазон соціального туризму та збіднює його зміст. Соціальний туризм доцільно розглядати в контексті завдань та цілей соціальної політики як діяльності держави і суспільства в цілому, що переслідує формування здорового способу життя людини в усіх її вимірах. Перехід від орієнтації на елітарний туризм до зацікавленості в розвитку недорогих, масових видів туризму не тільки сприятиме розвитку соціальних контактів, реалізації демократичних прав людини на змістовний відпочинок, але й до речі, забезпечить збільшення туристських потоків, що, у свою чергу, позитивно позначиться на бюджеті району, міста, країни в цілому. Майбутнє туризму на 60-70 відсотків – це ринок внутрішнього, місцевого туризму і тільки на 30-40% – іноземного, в'їзного. Кажучи про соціальний туризм, визначаючи його гуманістичну інтенцію, особливо зазначимо його привабливість для людей похилого віку, а також людей з фізичними

вадами, подорожування яких вимагає особливих умов. Адже «туризм – це життя людини, яке вона проживає вдруге. Обов'язок всіх тих, хто причетний до організації туристської діяльності, врахувати це»<sup>8</sup>.

Важливою складовою філософії туризму є також її *екологічний компонент*. Людина – органічна ланка цілісної екосистеми. Тяжіння міського жителя до «незіпсованої природи» цілком зрозуміло. Втім зростаючий із року в рік тиск турпотоків на природне довкілля набуває загрозливого для неї характеру. Згідно з прогнозами, об'єми міжнародного туризму в найближчі двадцять років збільшаться у тричі. Відповідно зросте як екологічне навантаження, так і екологічна небезпека. Адже природа не «залишається байдужою» щодо людей, які її псують, неминуча помста з її боку – отруєна вода в річках та озерах, перевантажені шкідливими речовинами гриби та ягоди, несвіже повітря. Людина має, нарешті, зрозуміти свою відповідальність за збереження природи. Адже, це – не просто довкілля, оточуюче середовище, а органічна частка самого людства. Ми здатні вижити і розвиватися тільки усвідомивши себе синами і доньками землі в природній спільноті та сприйнявши позалюдську природу як наш природний спільносвіт – зазначає німецький філософ Клаус Міхаель Маєр-Абіх.

Природничий туризм і екотуризм є особливо важливими формами подорожей тому, що вони здатні, з одного боку, забезпечувати поступальний і сталий його розвиток з мінімізацією шкідливого наслідку, а з іншого, узгоджувати життєві потреби теперішніх і майбутніх поколінь, насамперед потребу у здоровому середовищі проживання. У сфері екотуризму знаходяться також лінії перетину соціо-економічних та культурних інтересів і попитів міського та сільського населення. Для сільських жителів, як, до речі, і для мешканців малих міст і селищ, екотуризм корисний насамперед тим, що він активно сприяє створенню робочих місць, розв'язанню проблеми зайнятості населення, дуже актуальної для України. Зауважимо, до речі, що створення нового робочого місця в туризмі за підрахунками економістів складає лише 40 відсотків від вартості нового місця роботи у промисловості. Виключно важливим при цьому є також культурологічний аспект цієї проблеми – облагороджування сільських зон прийняття туристів, формування цивілізованої інфраструктури сільської гостинності. Практика свідчить, що 90 відсотків сучасної світової туристської інфраструктури складає її приватний сектор, значна частина якого розташована саме в сільській місцевості. Зелений туризм залучає міських жителів до місць збереження і відтворення традиційних ремесел, до джерел фольклорної культури, що активно сприяє пробудженню і вихованню патріотичної пам'яті, без чого немислимий процес національного самоусвідомлення<sup>9</sup>.

Екологічний туризм привабливий ще й тим, що в його процесі відбувається взаємозбагачення духовного світу його учасників: городяни одержують можливість наочно оцінити сутність сільського способу життя, його привабливі сторони, а сільська молодь – сприйняти позитивні (саме такі!) сторони міської культури. Відіграючи взаємозалежні ролі в туристському спілкуванні, його учасники змінюють суспільну корпоративну свідомість чуття єдиної родини. Зазначена теза – збіг інтересів різних соціальних верств і груп, в тому числі етнічних (етнічний туризм) – плідно працює у контексті відпрацьовування загальносуспільної об'єднуючої ідеї.

І тут доречно підкреслити, що теоретична рефлексія туризму не обмежується з'ясуванням виключно зазначених філософських аспектів цього феномену. Рідною сестрою туризмології є туристська праксеологія теоретичне усвідомлення,

осмислення та наукове узагальнення практики діяльності суб'єктів туристських подій. Праксеологічна функція туризму – домінуюча серед інших, зафіксованих фахівцями туристської педагогіки, – рекреаційної, адаптаційної, аксіологічної тощо.

Проблема практики і відповідно вчення про практику – праксеологію за останні десятиліття вийшла на авансцену суспільної свідомості. Однією із перших ренесанс практичного розуму зафіксувала філософська наука, яка акцентувала свою увагу на виключну можливість практичної філософії, яка відкриває очі на багатомірний світ практики, пропонуючи водночас нове її розуміння. В чому воно полягає? Буквальне значення поняття практика (praxis – грецьк.) означає справа. Звідси, до речі, поняття – прагматизм, прагматик, тобто вчинки і людина, які забезпечують успіх справи. Але дивна метаморфоза чатувала на цей старогрецький термін. Згідно з Аристотелем практика (praxis) – це ознака такої діяльності, яка на відміну від технічного (texne) та поетичного (поета) способів дії пов'язується із самовизначенням особистості, із з'ясуванням власної політичної та суспільно-громадянської позиції, із етичними нормами та цінностями. Практика таким чином, – поняття, що характеризує особливий різновид активності людського світовідношення та світоставлення, в ході якого відбувається кооперація спілкування індивідів.

Втім з часом під впливом гіпертрофованої раціональності, започаткованої мислителями Нового часу, поняття практики істотно змінилося. Воно набуло відвертого інструментального характеру. Практика як спосіб забезпечення комунікаційних стосунків людей поступилася місцем діяльності як переробці, всього що підвернеться під руку активному й агресивно-наполегливому суб'єктові (природні речі, соціальні стосунки, інша людина), на щось таке, що відповідає його, суб'єкта, раціональному, практичному розумінню своєї вигоди, користі. Втім не інструментальність і відповідна маніпулятивність, а комунікативність є осердям предметного змісту справді людського ставлення до світу<sup>10</sup>.

Характерною особливістю свідомості нашого постіндустріального суспільства є намагання повернути базовим поняттям людської культури їх первісний сенс, звільнити від тих нашарувань, які деформують призначення таких категорій, як практика, техніка, демократія тощо. В галузі філософського знання це відбувається у вигляді повернення до реабілітації практичної філософії, одним із завдань якої є відновлення єдності світоглядних, економічних, політичних, культурних завдань. При цьому зміст цих завдань має визначатися етичною позицією діючої людини, яка має оцінювати власну прагму за допомогою шкали ціннісних (аксіологічних) критеріїв: обов'язок, порядність, моральна надійність, чесність, справедливість тощо. Тому в розумінні практики акцент зміщується з цілеполагаючої діяльності з перетворення об'єкта на з'ясування смислу діяльності свобідних суб'єктів практики, їх взаєминах (інтерсуб'єктивність).

Праксеологія як загальна теорія організації діяльності покликана в узагальнений спосіб осмислити питання, які породжені потребами самої практики: науково, раціонально орієнтована праця, вироблення ефективних нормативних систем дії, що дозволяє їх втілення в конкретно-історичний соціокультурний контекст, розробка системи категорій, за допомогою яких можливо осмислити конкретну сферу людської діяльності, тощо. Сучасна практика туризму – зокрема менеджменту та маркетингу в галузі виробництва та продажу туристського продукту – звичайно же потребує вдосконалення саме організаційних засад своєї роботи. «Трактат про добру роботу» Т. Котарбінського, його праця «Принципи раціональної організації діяльності» багато в чому здатні методологічно та методично допомогти цьому<sup>11</sup>.



В основі праксеологічного опанування дійсності в тому числі засобами туризму, лежить прагматизм як метод, який акцентовано обернутий до конкретності, фактів, вчинків (користь!). Це один із пунктів, який визначає ділову прагму мандрівництва, організації круїзів, подорожей, відвідувань. Практична методологія розглядає способи діяльності (в тому числі і розумової) з точки зору їх практичних властивостей, оцінює їх ефективність. Для того, щоб бути продуктивною, діяльність має бути «правильною» (точною, адекватною, чистою, надійною).

Одна із головних праксеологічних функцій туризму, це, безумовно, підприємницька. Канон економічної доцільності, його еквіваленти (гроші, прибуток, корисність) насправді виконують роль головного стимулу цілеспрямованої активності туристичного підприємства, компанії, фірми. Вигода, успіх, ефективність – такі основні поняття, що утворюють мережу практичного мислення, свідомості й визначають явища, які вивчаються спеціальною прикладною наукою – праксеологією<sup>12</sup>. В цій тезі прихована одна із головних суперечностей праксеології взагалі й туризму зокрема – прагма (вигода, користь) як мета діяльності та мораль, як «обмежувач» вигоди, стримувач, блокує користоловства. Свого часу Кант чітко розрізняв «технічно-практичне» і «морально-практичне». Практична філософія, на його думку, «не може бути ані чим іншим, як моральною філософією». Чи означає це, що, скажімо, між туристичним бізнесом, підприємництвом та мораллю, стичними вимогами та нормативами лежить непрохідна прірва? Що будь-який бізнес взагалі розташований в площині раціональної доцільності, нейтральний щодо моралі? Така точка зору досить розповсюджена в середовищі бізнесменів. Відомий вчений-економіст, лауреат Нобелівської премії з економіки Мілтон Фрідман, наприклад, вважає, що головне призначення професійної діяльності бізнесмена, його «соціальний обов'язок» примножати прибутки, «робити якомога більше грошей, пристосовуючись при цьому до базових норм суспільства, втілених у закон». Етика згідно з М. Фрідманом, має для бізнесу «маргінальне значення», а моральні оцінки допустимі стосовно особистості підприємця, а не його діяльності. З цією «антиморальною», або «нейтрально моральною» оцінкою професійної діяльності не можна погодитися<sup>13</sup>.

«Принцип корисності протистоїть високій моралі, – справедливо зазначає російський етик Р. Г. Апресян, – але саме принцип корисності, втілюючись у суспільні відносини, створює для неї умови; корисність стає фактором гармонійного розвитку суспільства...»<sup>14</sup>. Прагматичне підґрунтя праксеології як методу орієнтації (насамперед на реальні факти, конкретні вчинки та дії, наслідком яких є забезпечення корисності) не позбавляє принципово цей метод етичного змісту. Головні опоненти прагматизму традиційно звинувачують його в абсолютизації такого чинника людської дії, як вигода, тобто користь. Тим самим класична праксеологія ініціювала виникнення новітньої гуманістичної версії практицизму та неопрагматизму.

В епоху цинізму, який проникає всюди, нудьги та втомленості від усього на світі такий прагматизм безперечно привабливий тим, що не соромиться підвищеного й палкого моралізування і недвозначно спрямований на благо та покращення.

Праксеологія як філософська концепція діяльності, що має статус програмно-концептуального проекту, – теоретичне підґрунтя моделювання стратегічного розвитку туризму, розробки програм його ефективного функціонування та генеральних планів вдосконалення. Практично забарвленими в туризмі є, зокрема, філософські аспекти менеджменту та маркетингу. Практична філософія туризму в її операціоналістичному значенні – це технологія ефективною діяльності фахівців. Практична філософія пропонує методики аналізу різноманітних дій або їх сукупності,

прагнучи забезпечити їхню кінцеву позитивну результативність, ділову успішність. Особливо важлива в загальному контексті проблематики праксеології актуалізація творчого (інноваційного) потенціалу фахівців галузі туризму.

Праксеологічно визначеним є також підготовка кадрів для сфери туризму. Прогнозуючі радикальні зміни у сфері зайнятості Е. Тоффлер пише: «Оскільки нові робочі місця невдовзі з'являться не в промисловості, як багато хто думає, то і кваліфікація потребує широкого спектра професій, пов'язаних з культурою і роботою з людьми..., ми маємо підготувати людей до роботи у сфері послуг, таких як служба здоров'я, сфера розваг, туризм тощо»<sup>15</sup>.

Наведені міркування, за нашим переконанням, істотно збагачують філософію туризму, конкретизують її зміст сюжетами та узагальненнями праксеологічного плану, акцентами на соціально-значиму місію туристської діяльності.

Філософський погляд на феномен туризму втім виявляє в ньому як позитивні, так і негативні риси. Як і будь-якому соціальному явищу туризму притаманні внутрішні суперечності, частина з яких має антиномічний характер. Це суперечності між тенденцією демократизації суспільного життя та елітаризацією готельних та екскурсійних послуг; між інтернаціоналізацією туристських зв'язків і певною національною відмежованістю окремих регіонів розташування туристських центрів; між зростанням обсягу туристських потоків та обмеженістю зон-атракторів у їх прийомі тощо. Не можна не зважати на те, що універсалізація туризму, його глобалізація відчутно спричиняє девальвацію самобутньої національної культури. Насаджуючи стандарти масового туристського ринку (досить згадати експансію «магдональдської» кухні), безвідповідальні організатори туризму, бажають вони цього чи ні, ведуть до «розчинення» унікальних культурних зразків, сприяють створенню штучних культурних артефактів, які часто-густо набувають відверто комерційного або маскарадного, карнавального характеру.

Не безпроблемним є і такий стан речей, коли прибутки від туризму стають чи не єдиним джерелом існування жителів привабливих у туристському відношенні місць. Адже це породжує жорстку їх залежність від кліматичних умов, нестійкої кон'юнктури на ринку послуг, від ситуації загострення політичних подій тощо<sup>9</sup>. Створення інноваційного туристського продукту, значні зміни у соціальній поведінці людей, поява незвичних «екзотичних» форм мандрівок, прагнення задовольнити будь-які інтереси і запити насамперед багатих туристів здатні потурати аморальним, антисоціальним явищам. «Експлуатація людини в усіх її формах, особливо, сексуальній і у першу чергу по відношенню до дітей, суперечить основним цілям туризму і в цьому зв'язку, у відповідності з міжнародним правом, повинна енергійно переслідуватися...»<sup>16</sup>.

Визнаючи природний туризм та екотуризм як найцінніші форми, що справляють особливо збагачуючий вплив на людину, слід водночас добиватися захисту природничого спадку, який складається з екосистем і біологічної різноманітності. Учасники туристського процесу, особливо професіонали сфери туризму, мають погоджуватися з певними обмеженнями на діяльність у особливо вразливих місцях і заповідниках (зони проблемної екології).

Зазначені суперечності, негативні тенденції, наявні, приховані (латентні) загрози, притаманні туризмові, а їх наведений перелік можна значно продовжити, також є об'єктом ретельної філософської уваги. Ось чому планування і впровадження широкомасштабних туристських заходів та й повсякденна туристська практика має здійснюватися не лише фахівцями та експертами галузі, які зосереджують головну увагу на грошових, матеріальних, статистичних аспектах туризму.

Навпаки, в туризмі мають поєднуватися риси мистецтва, філософії, етики і естетики, які об'єднані у загальну концепцію. Розвиток туризму не самоціль, а важливий елемент загальної стратегії соціально-економічного і духовного поступу країни. Концепція сталого розвитку стосується не лише економічного зростання, соціального прогресу та охорони навколишнього середовища. Вона має також етичний та культурний виміри.

Таким чином, навіть побіжний погляд на феномен туризму дає підстави вважати, що його філософське осмислення передбачає з'ясування його гносеологічних, екзистенціальних, соціальних, аксіологічних, духовно-культурних функцій, а також виявлення праксеологічних можливостей. Філософсько-світоглядний підхід до туризму переконує, що цей вид суспільної, групової та індивідуальної діяльності істотно сприяє справі об'єднання людей, комунікації та соціалізації особистостей на основі їх ознайомлення з цінностями вітчизняної та світової культури, опанування розповсюдження загальнолюдських етичних цінностей в дусі їх розуміння і поваги. В цьому сенсі будь-який (крім сурогатного) туризм є культурним. Не можна вважати, що культурно-моральною орієнтацією не відзначається, скажімо, діловий, конгресний, бізнесовий або лікувально-оздоровчий туризм.

«Краса врятує світ» – стверджували мудреці. Іdealізм цього вірування не раз спростовувався прагмою життєвих вчинків, гірким перебігом історичних подій. Можливо світ людей стане цивілізованішим саме завдяки туризму? Люди, що мандрують, не воюють, не вбивають собі подібних, не розбивають наметових містечок протесту. Вони хочуть іншого – відпочити, оздоровитися, пізнати нове і цікаве, духовно розвинутися і вдосконалитися, потоваришувати з іншими людьми. В цьому – життєва філософська істина туризму. Сприяти здійсненню цих бажань, реалізувати можливість безпосередньо і особисто відкривати для себе визначні місця України, Європи, нашої планети взагалі найважливіше завдання відповідального, стійкого, усталеного і загально доступного туризму в межах реалізації прав, які належать всім людям.

#### ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

- <sup>1</sup> Глобальний етичний кодекс туризму: правове регулювання туристичної діяльності в Україні. Київ, 2002. С. 82.
- <sup>2</sup> Там само. С. 87.
- <sup>3</sup> Бичко І. В. Філософія : курс лекцій. Київ : ЛИБІДЬ, 1993. С. 235.
- <sup>4</sup> Там само. С. 230.
- <sup>5</sup> Там само. С. 233.
- <sup>6</sup> Максименко С. Д. Психогенетичний потенціал особистості : монографія. Київ : Вид-во Людмила, 2021. С. 334.
- <sup>7</sup> Там само. С. 336.
- <sup>8</sup> Петрушенко В. Л. Філософія: підручник. Львів : Магнолія, 2010. С. 224.
- <sup>9</sup> Там само. С. 227.
- <sup>10</sup> Friedman M. Readings and Cases in Corporate Morality / ed. by W. M. Hoffman, J. M. Moore. New York, 1990. P. 113.
- <sup>11</sup> Бичко І. В., Табачковський В. Г., Осічнюк Ю. В. Філософія : навч. посіб. Київ : ЛИБІДЬ, 1991. С. 336.
- <sup>12</sup> Там само. С. 338.
- <sup>13</sup> Бойченко І. В., Бойченко М. І. Філософія : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Ун-т «Україна», 2006. С. 116.

- <sup>14</sup> Там само. С. 117.  
<sup>15</sup> Там само. С. 119.  
<sup>16</sup> Табачковський В. Г. Філософський енциклопедичний словник. Київ : Абрис, 2002. С. 554.

**REFERENCES:**

- <sup>1</sup> Global Code of Ethics for Tourism: legal regulation of tourism activities in Ukraine. Kyiv, 2002. S. 82.  
<sup>2</sup> Там само. С. 87.  
<sup>3</sup> Bychko I. V. Philosophy: a course of lectures. Kyiv: LIBID, 1993. S. 235.  
<sup>4</sup> Там само. С. 230.  
<sup>5</sup> Там само. С. 233.  
<sup>6</sup> Maximenko S. D. Psychogenetic potential of personality: monograph. Kyiv: Ludmila Publishing House, 2021. S. 334.  
<sup>7</sup> Там само. С. 336.  
<sup>8</sup> Petrushenko V. L. Filosofiya: pidruchny`k. L`viv : Magnoliya, 2010. S. 224.  
<sup>9</sup> Там само. С. 227.  
<sup>10</sup> Friedman M. Readings and Cases in Corporate Morality / ed. by W. M. Hoffman, J. M. Moore. New York, 1990. P. 113.  
<sup>11</sup> Bychko I. V., Tabachkovsky V. G., Osichnyuk Y. V. Philosophy: textbook. Kyiv: LIBID, 1991. S. 336.  
<sup>12</sup> Там само. С. 338.  
<sup>13</sup> Boychenko I. V., Boychenko M. I. Philosophy: textbook. Kyiv: University «Ukraine», 2007. S. 116.  
<sup>14</sup> Там само. С. 117.  
<sup>15</sup> Там само. С. 119.  
<sup>16</sup> Tabachkovsky V. G. Philosophical Encyclopedic Dictionary. Kyiv: Abris, 2002. S. 554.