

**Л.А. КАЛІНІНА,**  
кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри культурно-  
дозвілдової діяльності  
ВП «Миколаївська філія КНУКіМ»,  
м. Миколаїв

## **СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИЗМУ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Сучасний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації, однією зі складових економіки, соціальної сфери, духовної культури [1]. Процеси, що відбуваються в туристичній індустрії світу, позначилися і на розвитку туризму в Україні. Державні документи про туризм визначають його як одну з пріоритетних сфер розвитку національної культури й економіки [2, с. 5].

На сучасному етапі розвитку суспільства актуальною проблемою є визначення місця і ролі туризму як багатогранного явища та важливого чинника збереження національної ідентичності в умовах інноваційної економіки і інформатизації. Сучасний туризм – це явище суспільного життя: складне та багатогранне

Теоретико-методологічні аспекти розвитку туризму протягом останніх років активно досліджують українські та зарубіжні фахівці. Серед активних учасників у справі вирішення проблем сучасного туризму чимало вітчизняних учених-філософів, культурологів, таких як В. Пазенок, В. Федорченко, С. Горський, М. Цюрупа. У своїх працях вони розглядають туризм як соціокультурне явище і чинник духовного розвитку особистості, виявляють світоглядні та гуманістичні аспекти туризму.

Особливий інтерес являють праці англійського філософа Дж. Урі, швейцарських та французьких авторів Г. Марселя, А. Оло, Ф. Депре, Ж. Фереоля, Ж.-П. Норека й інших, які стверджують визначальну роль культури в розвитку міжособистісних і міжнародних комунікацій, етнічних і національних культур.

Теоретичні та практичні аспекти регіонального розвитку туризму досліджують такі відомі вітчизняні вчені як: О. Бейдик, В. Гуляєв, А. Дурович, Д. Стеченко, Л. Яцун, В. Федорченко, В. Цибух, Л. Черчик та ін.

**Соціокультурне значення туризму** визначається сьогодні науковцями на різних методологічних засадах: через характеристику привабливості туризму як сфери діяльності з використанням системи економічних показників і соціо-гуманітарних характеристик туризму в окремій місцевості, параметри оцінювання споживачем (туристом, подорожуючим) вражень від туризму.

Відомо, що туризм є поліфункціональним явищем. Основними функціями туризму є : економічна, соціальна, політична, культурно-виховна й рекреаційна функція. Не зважаючи на те, що соціальна функція туризму є

виокремленою, слід зазначити, що існує тісний зв'язок між кожними з вище перерахованих функцій.

У культурологічному сенсі туризм постає комплексною формою суспільної активності, що пов'язана з тимчасовим переміщенням великих контингентів людей в інший соціокультурний простір, сприяє прискоренню культурного розвитку особистості й взаємовпливу культур націй, народів та етносів, їх політичній та економічній взаємодії [3, с.231].

Досліджуючи туристичну діяльність слід виділити інтенсивну культурну комунікацію, що виникає в певних точках соціального простору (навколо туристичних об'єктів). Мережа туристичної комунікації створює умови для масового, контакту великої кількості людей, створює атмосферу взаєморозуміння, довіри, солідарності.

Особливе місце у соціокультурній проблематиці посідає гуманістична місія туризму. У контексті гуманізації заслуговує уваги теорія гуманістичного ресурсного потенціалу ландшафтів, під яким розуміють природні й антропогенні (як результат діяльності людини) ландшафтні якості - унікальні, особливі та звичайні, що здатні пробуджувати людські почуття, викликати пізнавальний або науковий інтерес, впливати на формування людської індивідуальності через враження, отримані під час подорожі [4].

Для використання і сприйняття гуманістичних ресурсних властивостей необхідні передумови певні умови а саме: психологічні, екологічні й етно-соціальні.

**Психологічні передумови** передбачають здатність туриста сприймати довкілля цілісно, у складних суб'єктно-об'єктних взаємозв'язках. Ціннісне сприйняття природи залежить від її стану та емоційності людини. Відчуття місця сприймається водночас із відчуттям простору, території, батьківщини; відчуття часу - з відчуттям історії; відчуття прекрасного - з усвідомленням неповторності звичайного. Звичайне, але глибоко особистісне, стає особливим, незамінним і набуває цінності поряд із видатним і знаковим.

**Екологічні передумови** полягають у необхідності усвідомлення обмеженості та вразливості природних ресурсів і цінностей. Раціонально зважений «екологічний» підхід вимагається також для збереження історико-культурних, матеріальних і духовних цінностей, що мають субстрат свого прояву - етнічний і ландшафтний. Результатом взаємозв'язку природи, етносу та його історії стають ментальні цінності народу, а також, існуюча в країні система державної влади.

**Етно-соціальні передумови** гуманістичного ресурсного потенціалу природних ландшафтів полягають у позитивному духовному та моральному, особистому та суспільному, етико-естетичному ефекті, що обумовлений взаємодією людини і природи.

Дослідження процесів, наслідків і механізму регулювання взаємодії суспільства та природи, визначення принципів екологічної політики розвитку туризму на різних ієрархічних рівнях управління, розробка і реалізація програм охорони та раціонального використання природних і туристично-рекреаційних

ресурсів є одним із завдань державної, зокрема й регіональної, політики, а також окремих підприємницьких структур.

Дослідження свідчать, що у розвитку туризму важливу роль відіграють соціологічні фактори: наявність вільного часу, рівень інтелекту, соціальний статус людини, стан соціальної та освітньої систем, системи охорони здоров'я, зайнятість населення, якість життя, розвиток інформаційних технологій, роль сім'ї у суспільстві.

Дискусійним питанням в науці про туризм є інструменти планування та оцінки якості послуг, співвідношення технічної якості послуг і довкілля, мотивації подорожей різних цільових груп населення, у тому числі різного вікового та соціального статусу, активного та пасивного форм процесу пізнання, самоосвіти через культурно-пізнавальний туризм і систему парків; політика формування національних туристичних продуктів із урахуванням процесів глобалізації всіх сфер діяльності людини, у тому числі туризму; інновації, маркетинг, задоволення зростаючих потреб туристів.

На відміну від інших галузей господарства, продукцію яких транспортують до споживача, туризм зумовлює міграції людей до місць зосередження туристично-рекреаційних ресурсів, об'єктів туризму. Споживання туристичного продукту в основній своїй частині відбувається у визначеному туристом місці, тобто обмежене територіально. У період масового зростання та переходу до сталого розвитку потоки туристів змінюють свій напрям до місцевостей з переважним розвитком сільського господарства, чистою екологією і природною ландшафтною архітектурою.

Складовою регіонального господарського комплексу таких місцевостей є туристична індустрія. Формування доходів підприємств приймаючої сторони завдяки витратам туристів з економічно розвинених регіонів сприяє перерозподілу доходів у регіональному аспекті, здійснюється згладжування рівня розвитку недостатньо економічно розвинених регіонів (депресивних регіонів) порівняно з економічно розвиненими, реально проявляється ще одна функція туризму, яка має назву функція вирівнювання.

Перехід суспільного розвитку до моделі «вільного часу» робить проведення дозвілля інтелектуальним, посилюючи соціально-культурну функцію туризму. Туризм є засобом комунікації та саморозвитку особистості, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з побутом, традиціями, віруваннями, стилем життя інших народів, культурною спадщиною людства та красою природи.

Сутність рекреаційної функції туризму полягає у фізіологічній (відновлення фізичних сил, оздоровлення, відпочинок) і психологічній (зміна місця, оточення, набуття нових вражень та відчуттів) релаксації людини. Підвищення рівня культури шляхом культурно-просвітницької та рекреаційної діяльності посилює його соціальну функцію [5, с.34].

Все вище сказане дозволяє зробити наступні висновки:

- туризму притаманні функції соціального і культурного впливу на прогрес суспільства, але це стає можливим лише в умовах економічної, політичної та

соціальної стабільності або ж прогресивного їх розвитку країни, що вимагає постійного моніторингу за чинниками зовнішнього середовища, уточнення кожної її складової;

- нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширюють перспективи розвитку туризму як ресурсу регіонального розвитку, а також впливу на соціальну й культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини, це пов'язано з тим, що в сучасному світі туризм із переважно економічного явища перетворюється на соціальний й культурний феномен;

- сьогодення – це період розвитку нових тенденцій у культурному житті, коли відроджуються раніше забуті імена, пам'ятки й події, по-новому оцінюється історична спадщина, і тому для більшості людей орієнтація на культурну складову туризму стає однією з реальних можливостей економічного, соціального й культурного піднесення;

- завдяки безлічі факторів соціокультурний феноменом туризму має гуманітарну і глобальную місією, зокрема, привернути увагу широкої світової громадськості до проблем збереження культурного надбання, національних етно-культур, культурної самобутності, культурного різноманіття, а також проблем взаємодії туризму і культури, туризму і культурного різноманіття, туризму і міжкультурного діалогу.

### **Список використаних джерел:**

1. Манільська декларація зі світового туризму [Текст]. - Madrid: WTO, 1980.
2. Про туризм [Текст]: Закон України // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. – К.: Юрінком Інтер, 2002.
3. Александрова, А.Ю. Международный туризм [Текст]: Учеб. пособие для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.
4. Гуляев, В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие [Текст] / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
5. Тронько, П.Т. Краєзнавство у відродженні духовності і культури. Досвід. Проблеми. Перспективи [Текст] / П.Т Тронько. – К.: Наук. думка, 1998. – 98 с.