**Лекція 1. Туризм як спосіб пізнання світу.**

1.1. Потреби людини та їх вплив на виникнення видів туризму.

1.2. Філософія туризмознавства та світоглядний аспект туризму.

1.3. Феномен подорожей та формування туризму сучасного типу.

**1.1. Потреби людини та їх вплив на виникнення видів туризму.**

Інтерес до теоретичного вивчення туризму споcтерігається в науці починаючи з 30-х років XX століття. В 70-х - 90-х роках у розвинутих країнах починають діяти спеціалізовані науково-дослідницькі центри туризму, виходить ціла низка фахових видань.

Теоретична, в тому числі туристськознавча робота починається із розробки понятійного апарату.

Є необхідність перегляду традиційного розуміння туризму як "індустрії подорожей та відпочинку". Це передбачає наголос на світоглядному, культурному, пізнавальному, етичному, естетичному, комунікативному значенні туризму як соціального інституту і феномена загальнолюдської культури. В цьому аспекті **головним об'єктом туризмознавства є не готелі, кемпінги, турбюро і агенції, а людина, що подорожує**.

**Подорож** - одне із ключових понять туризмознавства. Людина, що подорожує, - це не просто "споживач туристського продукту", а особистість, яка прилучається до світу природи і культурних артефактів інших країн, народів, людей. Саме особистість, здатна не просто споглядати світ або споживати його, в тому числі у варварський спосіб (згадаймо понівечені лісові галявини після туристської "навали" вихідного дня), а милуватися ним, перетворюючи набуті знання і враження у надбання власної духовності.

**Під "туристською діяльністю" слід розуміти професійну діяльність у сфері туризму, в якій суб'єктом діяльності виступає туристична фірма, туроператор, турагент тощо**. Всі вони можуть бути розглянуті насамперед як економічні агенти.

В такому разі людина, яка купує продукт, вироблений цими економічними агентами, тобто турист, виступає об'єктом цієї діяльності. Отже, туристська діяльність - це насамперед професійна діяльність, суб'єктом якої є економічні агенти - туристичні підприємства, а об'єктом - споживач виробленого цими підприємствами продукту, тобто турист.

З іншого боку турист - це не професія. Тому **для позначення діяльності саме туриста має сенс використовувати поняття "туристська дія" або "туристська активність". У такому разі турист виступає суб'єктом дії, а вже не її об'єктом.** Використання такого поняття наближає нас саме до антропологічного аспекту туризму - як дії, що спонукається певними потребами людини, дії, метою якої є задоволення цих потреб.

В науковій літературі існують різні класифікації людських потреб. Всі ці класифікації майже не суперечать одна одній. **Будемо використовувати такий розподіл:**

**1) вітальні або матеріальні потреби (потреби тіла);**

**2) соціальні потреби - потреби, які формуються через спілкування з іншими, через життя у певному соціумі, соціальному середовищі: потреба в самоутвердженні, самореалізації, у визнанні з боку інших тощо;**

**3) духовні потреби - потреба в пізнанні (інтелектуальна), моральна потреба, естетична, потреба в трансцендентному обґрунтуванні свого існування, тобто потреба в засадах і сенсі свого буття за його межами.**

При цьому зазначимо, що цей розподіл певною мірою відносний: соціальні потреби нерідко містять у собі духовну складову, а духовні - формуються і реалізуються за участю потреб соціальних, а часто і під впливом вітальних потреб.

Туризм виступає як засіб задоволення вітальних, тобто тілесних потреб. На перший план тут виступає можливість відновлення фізичного стану людини, оздоровлення. Саме цю потребу задовольняє рекреаційно-реабілітаційний туризм. Туристів, які здійснюють подорож саме з цією метою, не випадково називають "відпочиваючі".

Перейдемо до розгляду соціальних потреб, які можуть виступати мотивами до здійснення подорожей. Потреба у спілкуванні перетворилася наприкінці XX - початку XXI століть в істотний чинник міжнародного туризму. Самотність як стан невдоволеної потреби у спілкуванні є мотивом, який змушує здійснювати подорож, адже протягом неї виникають нові знайомства, формується, хоча й тимчасова, спільнота, товариство. Життя наповнюється сенсом, повертається відчуття соціальної потреби. Туризм стає фактором індивідуальної надії та сподівання.

Більш віддалено із соціальними потребами пов'язані такі різновиди туризму, як діловий туризм, шоп-туризм, конгресний туризм, освітянський туризм.

Нарешті зупинимося на питанні, які духовні потреби спонукають людину до туристської дії, які з них допомагає задовольнити туризм? Духовні потреби пов'язані з пошуками людиною основ і сенсу буття, свого місця в світі. Ці потреби лежать у підґрунті таких різновидів туризму, як паломницький, культурно-історичний, духовний, ностальгічний.

**Паломницький**, або прочанський, туризм пов'язаний із релігійними уподобаннями людини. Йдеться про паломництво до святих місць, або до місць, які у певний час пов'язані з релігійними подіями (наприклад, приїзд багатьох тисяч людей до Києва з нагоди візиту Папи римського). На відміну від прочанського туризму **духовний** туризм - це подорожі, які здійснюються людиною задля визначення щодо релігії, етичної та філософської культури. Мета духовного туризму полягає у пошуках відповіді: що вважати правильним шляхом саме її життя? Це пошуки, які мають задовольнити власну ідентичність, визнати обрану особистістю систему цінностей правильною.

Близько до цих різновидів стоїть **культурний** або **культурно-історичний** туризм, який спонукається потребою побачити культурно-історичні пам'ятки. Ця потреба виникає, з одного боку, внаслідок набуття певного рівня знань, освіти, з другого - з прагнення до засвоєння нового. Важливою складовою мотиву цього виду туризму є естетичне задоволення - отримання позитивних емоцій від зустрічі з красою.

Ще один вид туризму, який спонукається духовними потребами, - це **ностальгічний** туризм. Він характерний, як правило, для літньої вікової категорії туристів. Іноді ностальгічний туризм може накладатися на туризм етнічний, наприклад, коли емігранти відвідують свою етнічну батьківщину.

Крім розглянутих потреб, за допомогою туристської активності людина здатна задовольняти й інші потреби та бажання. Існують такі різновиди туризму, як бізнесовий або діловий, конгресний або науковий, військовий, спортивний, так званий шоп-туризм та деякі інші.

Окремо стоїть такий різновид туризму, як **фан-туризм**. Це різновид мандрівок, при яких шанувальники - "фани" - супроводжують своїх кумирів на виїзні спортивні змагання. Як правило, це прихильники спортивних клубів і окремих спортивних зірок, насамперед футбольних. Потреба, яка задовольняється фан-туризмом, - це потреба у визнанні за рахунок причетності до символу певної соціальної спільноти.

Фан-туризм слід відрізняти від **спортивного туризму**, який спонукається іншими мотивами: або аматорськими - як глядачі спортивних змагань на виїзді, або професійними, тобто як суб'єктів спортивних змагань чи інших спортивних заходів. Проте потреби, які стоять за цими видами туризму, задовольняються опосередковано, тому що над ними надбудовуються інші види діяльності: комерційно-економічна, наукова, інша професійна.

**1.2. Філософія туризмознавства та світоглядний аспект туризму.**

Філософія випрацьовує уявлення про загальну форму культурного багатства, виявляє і формулює "вічні" засади людського світовідчуття, світорозуміння і світоставлення. Актуальне завдання філософської культури -здійснювати динамічне обґрунтування методології пошуку розв'язань дедалі складніших проблем у світі, що стрімко змінюється, озброювати особистість у її пошуку нових смислів власного існування. В тому числі у новому світі туристських реалій, процесів, подорожей.

Проблематика туризму в її теоретико-методологічному аспекті протягом останніх років почала досить енергійно осмислюватися і розроблятися українськими фахівцями.Структуру загальної теорії туризму утворюють, зокрема, такі розділи, як "історія туризму", "економіка туризму", "соціологія туризму", "педагогіка та психологія туризму" тощо.

**Філософія туризму прагне насамперед з'ясувати сутність туризму у понятійний спосіб.** Це досить складно, адже туризм настільки багатобічне явище суспільного життя, що його неможливо однозначно визначити. Його можна представити як ланцюг, який пов'язує такі поняття, як інфраструктура, гостинність, свобода пересувань, якість турпродукту, - від якості кухні, до якості навколишнього середовища, підготовки кадрів, транспорту, ефективності комунальних служб, служби безпеки туристів. **Туризм водночас виступає як галузь господарства, складний міжгалузевий комплекс, де формується і реалізується туристський продукт, як вид економічної діяльності, як самодіяльність людей, їх спосіб життя, своєрідне хобі.**

Отже, туризм - це найкрупніша індустрія світу (3,5 трильона доларів США оборотного капіталу), головний платник податків, найдинамічніша галузь світової економіки. Це також розгалужена соціальна служба, яка надає робочі місця сотням мільйонів людей; система подорожей та екскурсій; форма рекреалогії. Туризм – це впливовий інструмент "народної дипломатії".

Економічний прибуток туристської індустрії - вагомий. **Водночас надмірне підкреслювання грошового критерію ефективності туризму, експлуатація категорій "прибуток", "індустрія", «туристський продукт", "ринкова ціна" не повинна затьмарювати соціально-гуманістичного аспекту туристської діяльності.** Сучасна гуманітаристика визнає орієнтацію цивілізації XXI сторіччя на "постматеріальні" цінності. Самий термін "індустріалізм" розглядається як відгомін минулого. Дослідників туризму приваблюють культурно-освітні, моральні, духовні можливості туризму, підвищення не тільки його економічної, а й соціальної ефективності.

Особливо слід підкреслити, що туризм є **суспільною сферою гостинності**. Інститут гостинності – один із найстарших в історії людської цивілізації. Гостинність набула широкого розвитку вже в стародавній Греції. З часом гостинність перетворилася на індустрію, в якій задіяно мільйони працівників, які забезпечують готельний та ресторанний бізнес, побут, відпочинок та розваги туристів.

Важливою складовою філософії туризму є його **морально-психологічний** компонент.Кожна порядна, вихована особистість при зустрічі з незнайомими людьми намагається справити приємне враження, бути приязною, привітною, уважною. Туризм є ефективним засобом реалізації людських цінностей. Насамперед таких, як вибір, свобода, зацікавленість, бажання, дружелюбство, самореалізація тощо.

Проблема **гуманізму** в наші дні утворює своєрідний центр соціогуманітарних наук. Виникнувши в античні часи, філософська гуманістика - вчення про сенс існування особистості - прагне усвідомити ситуацію людини в сучасному співтоваристві, виробити ціннісні орієнтири її поведінки.

**Гуманізм є могутнім чинником гармонізації суспільного буття та відносин людини з довкіллям.** У звичайному розумінні гуманізм означає забезпечення індивідів такою системою благ матеріального, соціального й культурного характеру, які б гарантували реалізацію прав людини, що їх має забезпечити соціальна держава. У більш широкому розумінні гуманізм передбачає, що держава лише створює загальні умови для солідарного громадянського суспільства, котре власними зусиллями реалізує людський потенціал своїх членів. Гуманізм пов'язаний із суспільством активних, ініціативних і високоосвічених людей.

**Потужним чинником гуманізації міжнародних відносин, удосконалення інтерособистісних контактів служить і такий соціальний інститут, як туризм**. Туризм здатний розв'язувати цілу низку проблем. Одна з них - забезпечення інтеграції світу. "...Завдяки прямим, спонтанним і недокучливим контактам, що їх здійснюють чоловіки і жінки, які представляють різні культури і способи життя, туризм, - зазначає Глобальний етичний кодекс туриста, - сприяє забезпеченню в світовій та регіональній спільнотах атмосфери добросусідства і гостинності". Учасники таких зустрічей своїм спілкуванням витворюють альтернативну Інтернету живу загальнопланетарну мережу комунікації. Людські взаємини розташовуються "вище урядів", вони безпосередні, щирі, прозорі, теплі. В цьому відношенні великим потенціалом наділені такі різновиди туризму, як соціальний, родинний, молодіжний, релігійний, "ностальгічний", "подієвий", а також туризм для людей похилого віку та інвалідів.

Які **мотиви** примушують людину здійснювати туристські вояжі? Порівняно невелика частина туристів вирушає в поїздки заради матеріальних вигод (шоп-тури). Переважна більшість керується іншими мотивами: познайомитися з культурою і звичаями інших народів і країн, побачити їхні історичні пам'ятки, доторкнутися до ціннісного світу інших людей. У цих світоглядному, пізнавальному, інформаційному аспектах туризму і полягає його гуманістична сутність. Засобами, що властиві саме туристській діяльності - екскурсії, ознайомлення з визначними пам'ятками, перебування в сім'ях, зустрічі за інтересами, професійні знайомства (соціальний туризм), відвідування святих місць, туризм сприяє розвитку самосвідомості особистості, дозволяє їй краще зрозуміти світ, усвідомити власну життєву позицію щодо соціальних подій.

Зрозуміти себе можна тільки вдивляючись в інших, спілкуючись із ними. Комунікативна культура, що реалізується засобами туризму, забезпечує входження людини у світ інших людей, різних за своїми культурними традиціями, соціальним станом, переконаннями, життєвим досвідом.

Виконуючи **інформаційно-комунікативну** функцію, міжособистісне спілкування виступає важливою ланкою процесу взаєморозуміння, що, у свою чергу, забезпечує в остаточному підсумку суспільну і міжнародну солідарність. У цього погляду туризм має чимало переваг перед іншими формами людських контактів. У бізнесі, наприклад, таке поняття етики, як доброзичливість, практично відсутнє. Політика також відрізняється крайньою доцільністю.

Людські відносини, що забезпечуються туризмом, засновуються зовсім на інших уявленнях. Вони, як правило, не запрограмовані, відкриті, у них значно більше безпосередності, людяності, тепла, сердечності. Туризм - найдемократичніша форма людських контактів.

Комунікативна культура вимагає і спеціальних знань, зокрема соціальної етики, і соціальної педагогіки, і психології. Звичайно, мова не йде про якийсь спеціальний тренінг для звичайного туриста. Але для фахівців, що працюють у сфері туризму, знання специфіки комунікативної культури, соціальних, гуманістично орієнтованих функцій туризму – є обов'язковим.

Дослідження в туризмі також потребують розгляду стратегії розвитку туристських центрів і туристських підприємств, прихильності споживача турпослуг, сумісності туризму з природним середовищем та суспільним розвитком, перед тим як розглядати такі вузькі проблеми, як зниження вартості обслуговування або перерозподілу ринкових квот.

**Філософський погляд на феномен туризму, втім, виявляє в ньому як позитивні, так і негативні риси.**

Не можна не зважати на те, що глобалізація туризму спричиняє девальвацію самобутньої національної культури.

Не безпроблемною є і така ситуація, коли прибутки від туризму стають чи не єдиним джерелом існування жителів туристськи привабливих місць. Адже це породжує жорстку їх залежність від погодних умов, нестійкої кон'юнктури на ринку сільськогосподарських продуктів та ринку послуг, від ситуації загострення політичних подій тощо.

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

Зазначені суперечності, негативні тенденції, притаманні туризмові є об'єктом саме 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, статистичних аспектах туризму. Навпаки, в туризмі мають поєднуватися риси мистецтва, філософії, етики і естетики, об'єднані у загальну концепцію. І філософія туризму підкреслює соціальну, моральну роль туризму, стверджуючи його гуманістичну місію сприяти духовному вдосконаленню суспільства, бути впливовим чинником розвитку особистості.

**1.3.Феномен подорожей та формування туризму сучасного типу.**

**Туризм - складний соціокультурний та історичний феномен, який перетворився у фактор світового значення.** Однак на початку своєї історії туризм виглядав зовсім іншим - способом задоволення прагнення особистості до пізнання і осмислення навколишнього світу.

**Осмислення подорожі та мандрівки у античній традиції.**

Аналіз першоджерел і пам'яток Стародавнього Сходу показує, що подорожі і мандри не знаходили значного віддзеркалення у письмовій формі. Очевидно, замкненість і розрізненість давньокитайських царств чи осередків цивілізації у Єгипті, Індії, Месопотамії не сприяли розвиткові подорожей. Недарма відкриття далеко- і близькосхідних цивілізацій для Європи відбувалось у перебігу війн і походів (зокрема Олександра Македонського).

 Але подорожування були невіддільною складовою життя еллінів. Подорожуючи все далі й далі до - Єгипту, Карфагену, до племен у глибинах азійського континенту, - древні греки знаходили новий матеріал до порівняння свого й чужинського способів життя. Саме тому в давньогрецькій міфології подорожі знайшли своє перше історичне осмислення. У знаменитій поемі Гомера "Одіссея" головний герой каже, що Зевс карає тих, хто кривдить мандрівників і не виявляє їм гостинності. Гомер пов'язував розуміння важливості подорожей з рівнем культури народів, і ті, хто кривдив мандрівників, були нецивілізованим народом.

 Перші спроби осмислити феномен мандрівок проходили одночасно з самими подорожами мудреців античності, які сучасною мовою можна охарактеризувати як різновид наукового туризму. Але для античних філософів тогочасне наукове паломництво було більш значущим, ніж сучасні наукові подорожі. Це був важливий елемент стилю життя, навчання, виховання і передавання знань.

**Ставлення представників духовної культури до туризму в період Середньовіччя, Ренесансу та Нового часу.**

 В період **Середньовіччя** людські потоки час від часу перетинали європейський континент. Люди постійно шукали місцевості, легкі для обробки землі та зручні для поселення. Тому подорожі втрачали первісне значення способу ознайомлення з іншим світом.

Подорожі в період раннього середньовіччя були небезпечним і тривалим заходом. Розбійники були невіддільною рисою, а засоби пересування та дороги були погані.

Місіонерство поступово заступає місце наукових подорожей. Паломництво до "святих місць" також починає набирати силу.

Епоха **Ренесансу** вносить нове забарвлення у розуміння подорожей. Відомий мислитель XVI століття Мішель Монтень багато подорожує і переживає не лише захоплюючі і цікаві пригоди - він був і пограбований, обманутий, - однак зазначав, що якби його позбавили можливості мандрувати, то це було б істотне обмеження життєвої свободи. Під час подорожей він намагався зберегти притаманний йому спосіб життя: "Я ніколи не вирушаю у дорогу, не прихопивши із собою книг... Вони найкраще знаряддя, яким я би міг спорядитись для земної подорожі".

Розуміння обмеження свободи пересування людини як одного з найтяжчих обмежень є характерним для французької літератури і філософії в цілому. Подібне ставлення до подорожей у подальшому розів'є інший видатний французький мислитель Блез Паскаль. Він вважав, що туристичні подорожі є прекрасним засобом уникнути повторення одних і тих же форм життєдіяльності. Він писав: "Якби ми не мали розваги, ми б відчули таку стомлюючу нудьгу, що прагнули б вилікувати її".

Таким чином, у період Середньовіччя і Ренесансу подорожі знижують пізнавальну функцію порівняно з античністю, натомість вони постають одним з проявів людської свободи.

У **Новий час** мандри набувають нових функцій - вони ставали організованою формою здобуття та розширення освіти.

 Так, видатного англійського мислителя і державного діяча Френсіса Бекона посилають на навчання у Кембридж, далі у Париж, де у складі дипломатичної місії він знайомиться з політичним життям італійських князівств, Німеччини, Іспанії, Польщі, Данії, Швеції. Узагальнюючи свій досвід мандрівника-науковця, він пише спеціальне есе "Про подорожі", перше видання якого побачило світ у 1597 році. Пізніше Бекон двічі його перевидає, щоразу додаючи новий матеріал.

Для реалізації пізнавальної функції подорожі, щоб "за короткий час зібрати багатий врожай", Бекон рекомендував:

 - знання мови країни, до якої збирається подорожуючий чи принаймні "частково ознайомитись з мовою";

- необхідність мати карту, книжки з описом країни;

- ведення щоденника;

- динамічне здійснення подорожі, часті переїзди з одного міста до іншого, а у самому місті також частіше змінювати місця перебування.

 Таким чином, у розумінні мислителів Нового часу подорожі є необхідним елементом активного соціального життя, що дозволяє людині зануритись у інший світ. Земля фактично перетворюється у Планету мандрівників.

Епоха **Просвітництва** і туризм.

Жан Жак Руссо – письменник та філософ, уже у юнацькому віці полюбив тривалі подорожі, які залишились для нього незамінною школою вивчення життя народу. У 1730-1731 pp. він здійснює тривалу подорож по Швейцарії. З Швейцарії він наважується йти пішки до Парижа, з Парижа - в Ліон, з Ліона до Шамбері. Призначення Руссо на посаду помічника посла Франції у Португалії він сприйняв спочатку позитивно, бо це давало змогу задовольняти потяг до мандрів й набуття нових вражень.

Буржуазні перетворення суспільного ладу змінили майже всі сторони життя людини. Не лишився осторонь і феномен туризму та способи його осмислення. Прагматичнішими стають мотиви подорожей та мандрівок. Наполеон на межі XIX століття революціонізував у Франції і сферу туризму: він, зокрема, наказав видавати спеціальні брошури, в яких давався опис знаменитих місць імперії, заохочував відвідування нової Франції численними туристами.

 Починаючи з XX століття, туризм стає об'єктом дослідження не тільки філософії, а й інших наук - економічних, соціологічних. Виразно туристські мотиви проглядаються в такому філософському напрямі, як екзистенціалізм, зокрема, в творчості Ж-П. Сартра та А. Камю.

**Коротко щодо вітчизняної спадщини осмислення туризму.**

Починаючи з Григорія Сковороди, багато з мислителів нашої держави знаходили у туризмі джерело натхнення та розширення наукового горизонту. Так Агатангел Кримський (1871-1942) історик, філолог, етнограф, філософ, після наукової подорожі у Ліван почав органічно поєднувати сходознавство з винятково плідною роботою у сфері українознавства.

 Новий поштовх звернення до феномена туризму був наданий філософами "Київської школи" на межі ХХ – ХХІ століть - В. С. Пазенком, В. Г. Табачковським, В. А. Малаховим, А. М. Єрмоленко, іншими співробітниками Інституту філософії НАН України. Туристська галузь суспільства потребує ґрунтовного наукового осмислення, в якому філософське знання виконує інтегративну, методологічну, аксіологічну та світоглядну функцію.

**Запитання та завдання:**

1. Розкрийте світоглядний аспект туризмознавства.
2. Що сприяло появі феномену подорожей в стародавню епоху?
3. В чому полягає зміст туризму як засобу задоволення вітальних, тобто тілесних потреб?
4. Які соціальні потреби можуть виступати мотивами до здійснення подорожей?
5. Які духовні потреби спонукають людину до туристської дії?
6. Морально-психологічний компонент як важлива складова філософії туризму.