УДК 316.62

С. В. Горський
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціології
Київського національного університету культури і мистецтв

ЛЮДИНА У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

У сучасних умовах глобалізація вносить суттєві зміни у соціокультурний простір людини. Змінюється розуміння кордону, що вимагає переосмислення самоідентифікації. Глобалізація вимагає поєднання культур через усвідомлення взаємозалежності.

У західній літературі питанню глобалізації присвячена велика кількість публікацій, включаючи роботи таких авторів, як Ф. Фукуяма, П. Ворслі, П. Рікер та інші.

Мета статті полягає у виявлення нової ролі туризму у процесі зближення культур та пошук збалансованого поєднання «МИ» і «ВОНИ», щоб цей процес відбувався не шляхом уніфікації. Проблема полягає у тому, щоб кожний акт прилучення до туристського об'єкта надавав можливість, з одного боку, сприймати його, як пам'ятку рідної культури, а з іншого – можливість усвідомити його, як дещо відмінне, інше.

Попри значну кількість наукових публікацій з питань глобалізації, низка теоретико-методологічних та науково-практичних проблем впливу цього процесу на соціальну сферу залишається мало дослідженими. Зокрема, не з'ясовано роль туризму у формуванні соціокультурного середовища людини.

Однією з ознак нинішнього стану розвитку людства є сукупність процесів, які останнім часом характеризуються терміном «глобалізація». Як пише Френсіс Фукуяма: «сучасним виявом руху історії є глобалізація. Світ інтегрується завдяки розвиткові технології, торгівлі й інвестиціям, завдяки обміну думками, який стимулює економічне зростання і створює підвалини для поширення демократії» [1, с. 36].

У середині вісімдесятих років XX ст. видатний антрополог Петер Ворслі сказав: «... до сьогодні людське суспільство ніколи не існувало» [2, с. 1]. Розвиток людських зв'язків поєднав людей з різних країн, з різних куточків земної кулі у єдину соціальну систему під назвою людство. Зміцнення стосунків між людьми призводить до утворення глобальної системи взаємозалежності.

Жодне суспільство зараз не може і не живе в ізоляції від інших країн. Глобалізація це не залежність одних від інших, а система взаємозалежності всіх суб'єктів. Вона вводить людство «в еру унікальної, – як пише Поль Рікер – планетарної цивілізації, що водночас дає змогу всім досягти гігантського поступу і ставить перед усіма неймовірно складне завдання – як зберегти свою культурну спадщину й пристосувати її до нової реальності» [3, с. 292]. Цей процес пов'язано зі збалансованим поєднанням індивідуалізації та уніфікації соціокультурних спільнот. Підвищується інтерес та увага до кожної культури, але щоб зайняти чільне місце у загальносвітовій спільноті треба не тільки усвідомити свою унікальність, а й свою залежність від інших.

В умовах глобалізації нове значення отримує туризм. Ми виходимо з того, що туристська діяльність це не тільки переміщення у фізичному просторі, а й переміщення у культурному середовищі. Виходячи з цього, туристська діяльність може відбуватись або у своєму культурному середовищі, або за його межами. Тобто переміщення відбувається у своєму соціокультурному середовищі (горизонтально), коли люди, подорожуючи пізнають власну культуру, наближаються до своїх культурних еталонів – святинь, які об'єднують людей в єдину соціокультурну спільноту. Такий вид туризму можна назвати паломництвом у широкому соціокультурному змісті.

З іншого боку, можна здійснювати тимчасове переміщення з власного в інше соціокультурне середовище (по вертикалі). Такий вид туризму можна назвати – подорожжю, мандрівкою. Подорож здійснюється для ознайомлення з іншими культурами не через книги чи різноманітні інформаційні джерела, а під час безпосереднього контакту з пам'ятками, побутом, звичаями іншої, відмінної від нашої, звичної культури. Під час подорожі не ставиться мета прийняття нових культурних цінностей, турист залишається самим собою, представником свого соціокультурного середовища, стороннім спостерігачем. Він може придбати, оволодіти чи додати щось нове, розширити своє пізнання навколишнього світу, але він не зрікається своєї культури.

Тут треба зазначити, що межі соціокультурного середовища не завжди збігаються з межами країн. Вони або більші, або менші, виходячи з самоідентифікації туриста. Тому туристична мандрівка за одним і тим же маршрутом для двох людей може бути різними видами туризму. Наприклад: туристична подорож до Єрусалима одними сприймається як духовне становлення, прилучення до святинь своєї культури, тут здійснюється переміщення у межах своєї культури, попри те, яка відстань була подолана. Іншими така мандрівка може сприйматись як подорож до закордонного міста з цікавою, але чужою культурою.

Отже, туристична подорож може здійснюватися у межах своєї культури, включаючи інші країни, у своє соціокультурне середовище.

Кожен з названих видів туризму ставить перед собою свої завдання. Якщо зазирнути в історію туризму, то побачимо, що спочатку виник такий вид туризму, як паломництво. Воно бере початок від подорожі св. Єлени у IV ст. до Єрусалима [4, с. 1751]. У цьому ж столітті паломництво набуває значного поширення. Багато людей долали великі перешкоди, щоб наблизитись до святих місць, джерел своєї культури.

Тільки на початку XVIII століття з'являється такий вид туризму як подорож за межі свого культурного середовища [5, с. 104]. До цього часу подорожі були пов'язані переважно з торговельною, військовою чи іншою службовою діяльністю.

В Україні такий вид туризму з'являється ще пізніше. «Українська мова не знала слова «туризм» та похідного від нього «турист» аж до другої половини XIX століття. Воно з'являється вперше в І. Нечуя-Левицького, М. Драгоманова (згодом, і в інших авторів) – з поясненням «турист – тобто подорожуючий» [6, с. 687-688]. Подорож здійснювалась у місця з іншою культурою, яка вже сприймалась толерантно.

Перша умова, яка робить можливим туризм, це незадоволеність. Незадоволеність своїм реальним, буденним життям тут і зараз. Щоб кудись піти чи поїхати, треба насамперед відчути відсутність чогось, потребу шукати той життєвий простір, де можна задовольнити свої потреби.

Але туризм не пов'язаний з задоволенням потреби назавжди змінити життєве середовище людини.

Саме потреба у тимчасовому середовищі спонукає людину до туристичної діяльності, збільшуючи у декілька разів кількість подій та зустрічей, з яких складається повсякденний плин людського життя.

В основі туризму як певного типу людської поведінки і діяльності лежить природний потяг до зміни середовища, до пошуку чогось нового, вивчення незнайомого.

© С. В. Горський, 2017

Французький філософ-екзистенціаліст Габріель Марсель навіть стверджував, що людина відзначається тим, що вона виходить за межі безпосередньо даного, що їй властива здатність до безперервного руху як у вигляді просторового переміщення, так і у плані духовного зростання. Це дало йому підставу визначити людину як «Homo viator».

Туристична подорож починається задовго до самої поїздки. Початок, мабуть, пов'язаний з усвідомленням потреби у подорожі у бажане місце, де буде те, чого нема дома. Сподівання отримати туристичний продукт штовхає людину з дому. Саме сподівання, мрія, вигадка, ось що є рушійною силою подорожі. Сподівання туриста формуються і підтримуються цілою низкою нетуристичних практик (фото, кіно, журнали, реклама…). Цей період, формування образу майбутньої подорожі Віктор та Едіт Тернери назвали як стадія від'єднання від місця проживання та соціальних зв'язків [7].

За умов глобалізації перед туризмом постає нове завдання, визначення категорій «МИ» і «ВОНИ». Іноді не можливо провести межу між «МИ» і «ВОНИ». Раніше між «МИ» і «ВОНИ» існували чіткі кордони – географічні, політичні, ідеологічні та економічні, тому людина дуже легко і чітко ідентифікувала себе з певною культурою. За умов глобалізації на рівні ідентифікації розвивається регіональна свідомість. «Я» як особа, що мешкаю у Києві, сприймаю себе водночас киянином, українцем, європейцем і нарешті представником людства. А тому все у світі під час подорожі я можу сприймати з одного боку, як щось нове, не моє, з іншого боку, як нову грань своєї культури. Зараз прийняття програми «безвіз» наочно демонструє розмитість кордонів у свідомості людей.

Процес глобалізації вимагає поєднання культур через усвідомлення взаємозалежності. Таке об'єднання не повинно бути механічною сумішшю, або поглинанням одного іншим. Зараз підвищується роль кожної культури, її вплив на глобальні процеси. З іншого боку, утворюються великі соціокультурні об'єднання, які виступають як самостійні суб'єкти.

«Між тим, що говорить нам наше тіло, і тим, що ми повинні знати, щоб функціонувати, знаходиться вакуум, який ми повинні самі заповнити, і ми заповнюємо його інформацією (або дезінформацією), що поставляється нашою культурою. Кордон між тим, що у поведінці людини контролюється вродженими механізмами, і тим, що контролюється механізмами культури, – це межа невизначена і нестійка» [8, с. 62]. Туриста, по суті, не цікавить сам об'єкт, його цікавлять почуття, емоції, які пов'язані з цим об'єктом. Постійна потреба у нових враженнях має велику спонукальну силу.

На переконання З. Баумана, метою руху туриста є нове переживання, «турист свідомо і систематично шукає пригод, нових, несхожих на старі, переживань, оскільки радості давно знайомого увійшли у звичку і більше не приваблюють» [9, с. 146].

Тому процес конструювання соціокультурної матриці певного місця або об'єкту, іншими словами, є створення міфу, казки. Мова міфу проста та емоційна, і у цьому полягає його перевага перед науковим описом світу. Отже, міф можна розглядати як набір ціннісних уявлень, що містить моделі інтерпретації та поведінки, які утворюють структуру і сучасної, і архаїчної свідомості.

Для полегшення споживання міф прив'язується до реальних об'єктів, але він не тотожний цим об'єктам.

Постає питання, як здійснити таке збалансоване поєднання «МИ» і «ВОНИ», щоб це було не шляхом уніфікації? Проблема полягає у тому, щоб кожний акт прилучення до туристського об'єкта давав можливість, з одного боку, сприймати його, як пам'ятку рідної культури, а з іншого – можливість усвідомити його як дещо відмінне, інше. Успішна реалізація цього завдання значною мірою залежить від посередника між туристом і культурним середовищем. Це може бути екскурсовод чи просто книжка – путівник. За допомогою кваліфікованого посередника можна збалансовано поєднати обидва види туризму, сформувати самоповагу до власної культури і усвідомлення взаємозалежності від інших культур. Інакше кажучи, йдеться про необхідність досягнення гармонії, балансу між уніфікацією і індивідуалізацією.

Т. Фрідман у своїй книзі «Лексус і оливкове дерево» наводить приклад такого балансу. Він описує нововведення авіакомпанії Gulf Air, де під час польоту на телевізійних моніторах, які вмонтовано у сидіння літака, демонструється пасажирам точну позицію літака у стосунку до святого для мусульман міста Мекки у будь-який час польоту. Це дозволяє пасажирам-мусульманам, які потребують молитися п'ять разів на день обличчям до Мекки, завжди знати, куди повернутися обличчям усередині літака, коли настане час молитви [10, с. 30].

Особливість туризму в епоху глобалізації полягає у формуванні єдності багатоманіття, яке приведе до зближення двох форм туризму – паломництва і подорожі.

Ця стаття присвячена аналізу двох видів туризму, які за умов глобалізації суттєво змінюються. Необхідно додати, що існує ще один вид туризму – спортивний туризм. Спортивний туризм, головним змістом якого є задоволення потреби руху, разом з цим, це також випробування на сміливість, витримку, мужність, одним словом, боротьба за виживання (може бути навіть з елементами реальної небезпеки для життя). Внутрішня мета – розкрити себе, свої можливості.

Література

1. Фукуяма Фр. Глобалізація безконечна / Фр. Фукуяма. – Львів, №19, 2000р.

2. Worsley Peter. The Three Worlds: Culture and World Development / P. Worsley. – London : Weidenfeld and Nicolson, 1984.

3. Рікер Поль. Історія та істина / Поль Рікер. – Київ : Academia, 2001.

4. Полный православный богословский энциклопедический словарь. – Том 2. – Спб : Изд-во П. П. Сойкина, б.г.

5. Макдоналд Ф. Штрихи времени. Экспедиции и первооткрыватели / Ф. Макдоналд. – Москва : Росмен, 1995.

6. Стріха М. Туризм / М. Стріха // Нариси української популярної культури. – К. : УЦКД, 1998.

7. Turner V. Image and Pilgrimage in Christian Culture / V. Turner, E. Turner. –N.Y. : Columbia University Press, 1973.

8. Гирц К. Интерпретация культур / К. Гирц. – Москва : Российская политическая энциклопедия, 2004. – 560 с.

9. Бауман З. От паломника до туриста / З. Бауман // Социологический журнал. – Москва, 1995. – № 4.

10. Фрідман Т. Лексус і оливкове дерево / Т. Фрідман. – Львів. – №19. – 2000.

Анотація

Горський С. В. **Людина у глобалізованому світі.** – Стаття.

У статті розкривається специфіка туризму в умовах глобалізованого світу. Жодне суспільство зараз не може і не живе в ізоляції від інших країн. Глобалізація це не залежність одних від інших, а система взаємозалежності всіх суб'єктів. В умовах глобалізації нове значення отримує туризм. Він починає відігравати важливу роль у процесі поєднання «МИ» і «ВОНИ». На рівні ідентифікації розвивається регіональна свідомість. Процес глобалізації вимагає поєднання культур через усвідомлення взаємозалежності. А тому підвищується роль кожної культури, її вплив на глобальні процеси. Постає питання, як здійснити таке збалансоване поєднання «МИ» і «ВОНИ», щоб це було не шляхом уніфікації? Проблема полягає у тому, щоб кожний акт прилучення до туристського об'єкта давав можливість, з одного боку, сприймати його, як пам'ятку рідної культури, а з іншого – можливість усвідомити його, як дещо відмінне, інше.

Ключові слова: глобалізація, соціокультурне середовище, міф, міфотворення, паломництво, подорож.

Аннотация

Горский С. В. **Человек в глобализированном мире.** – Статья.

В статье раскрывается специфика туризма в условиях глобализированного мира. Ни одно общество сейчас не может и не живет в изоляции от других стран. Глобализация это не зависимость одних от других, а система взаимозависимости всех субъектов. В условиях глобализации новое значение получает туризм. Он начинает играть важную роль в процессе объединения «МЫ» и «ОНИ». На уровне идентификации развивается региональное сознание. Процесс глобализации требует сочетания культур через осознание взаимозависимости. Поэтому повышается роль каждой культуры, её влияние на глобальные процессы. Возникает вопрос, как осуществить такое сбалансированное сочетание «МЫ» и «ОНИ», чтобы это было не за счет унификации? Проблема заключается в том, чтобы каждый акт приобщения к туристическому объекту позволял, с одной стороны, воспринимать его, как памятник родной культуры, а с другой – возможность осознать его, как нечто отличное, иное.

Ключевые слова: глобализация, социокультурное пространство, миф, мифотворчество, паломничество, путешествие.

Summary

Horsky S. V. **Human being in the globalized world.** – Article.

The paper highlights new meaning and specific features of tourism in the globalized world. Nowadays any society doesn't and can't live in isolation from other countries. Globalization doesn't mean dependence from one another, but it is a system of independence of all the subjects. In the globalization context tourism is gaining new importance. It begins to play an important role in the process of uniting "WE" and "THEY" context. The regional consciousness is developing at the level of identification. The process of globalization requires a combination of cultures through the realization of interdependence. Therefore, the role of each culture, its impact on global processes, increases. The question arises, how to implement such a balanced combination of "WE" and "THEY", so that it is not at the expense of unification? The problem is that each act of familiarizing with a tourist facility allows, on the one hand, perceiving it as a monument of the native culture, and on the other hand, gives the opportunity to realize it as something different.

Key words: globalization, social and cultural environment, myth, myth creating process, pilgrimage, journey.