

**Олейник В.Д.,
Иванов А.И.**

Одесская национальная академия пищевых технологий

СОЦИОГУМАНИТАРНАЯ ФУНКЦИЯ ТУРИЗМА

Глобальные кризисы современности, включая кризис социокультурной сферы, чрезмерная прагматизация и коммерциализация культуры, нарастающая угроза культурному и цивилизационному образованию обусловили необходимость всестороннего осмысления и выработки согласованной долгосрочной стратегии, обеспечивающей развитие культуры на базе диалога цивилизаций. Весь этот период вопрос диалога культур не сходил с повестки дня ООН («диалог культур» Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment (Stockholm, 1972), «диалог цивилизаций» Глобальной повестки дня для диалога между цивилизациями (2001), Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии (2001) [1], «диалог культур и цивилизаций» ЮНЕСКО (2007) и международного сообщества. В этой связи туризм выступает как мощный инструмент межкультурной коммуникации. Так, в Уставе международного культурного туризма, адаптированном для ICOMOS в 1999 году сказано: «внутренний и международный туризм продолжает оставаться одним из главных двигателей культурных обменов, обеспечивая личный опыт не только из пережитого в прошлом, но из современной жизни и обществ других людей» [4]. В контексте глобализации туризм открывает новые перспективы и возможности в области охраны культурного и природного наследия, культурной идентичности и межкультурного обмена, способствуя развитию диалога между различными культурами. В то же время, приближение к чужой культуре позволяет лучше понять ее носителей, что, в конечном итоге, способствует установлению дружественных отношений и мира на планете. В частности, эти вопросы закреплены в международных нормативных документах, регламентирующих туристскую деятельность, и отечественном туристском законодательстве [3].

Выступая как мощный фактор глобализации, туризм и сам испытывает ее трансформирующее влияние, проявляющееся в формировании нового контекста и среды его развития.

Современные информационно-коммуникативные технологии позволяют нынешним путешественникам формировать индивидуальные программы поездок на собственный вкус, позволяющие им найти и испытать истинный аутентичный опыт. Пребывание среди людей, использующих другой язык, предпочитающих другую кухню, использующих другой стиль поведения, — это и есть ключевой смысл туризма. Историко-культурное наследие любого народа охватывает всю его социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной жизни. Стремительное этнокультурное возрождение, сопровождающее повсеместный рост интереса людей к собственной национальной самобытности, стало одним из самых сильных ответов на вызовы глобализации. Выражаясь в реконструкции этнических традиций, фольклора, быта, промыслов, праздников и т. д., оно инициировало создание разнообразных этнопарков, национальных деревень, специальных программ этнокультурного туризма разных стран, где в первоначальном виде сохранились автохтонные культуры. В то же время именно благодаря стремлению людей вернуться к своим корням обнаруживается неразрывная, сложная взаимосвязь социальных практик, культурного опыта и сотрудничества разных народов — коренных и переселившихся, крупных и совсем малочисленных. С начала XXI века в мире наблюдается значительное увеличение количества туристских поездок с целью приобщения к этнографическому наследию.

Мировые стандарты рецептивного туризма уже давно отошли от уровня унифицированных, что в полной мере определяется самим определением термина «туризм», как «временные выезды граждан ... с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных,

познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях...» .

Актуальным сегодня стало явление программного туроперейтинга, когда туристские фирмы начали предлагать своим клиентам комплексное обслуживание по определенной программе. Это значительно увеличило клиентский рынок, позволило дифференцировать его и специализироваться на определенном виде программ, что способствовало в целом повышению качества обслуживания. Программный туризм — это комплексный подход к подготовке обслуживания туристов, полностью учитывающий их интересы в соответствии с целью путешествия, возрастом туристов, составом группы, социальной принадлежностью. Программное обслуживание в первую очередь использует мотивы и стремления клиентов. Одним словом, любая программа обслуживания должна быть ориентирована на конкретного потребителя и соответствовать его целевым мотивам [1].

Для создания туроперейтинговой среды необходимо знать правила ее функционирования, опираться на правила программного туризма, соответствующую материальную базу, инфраструктуру, информационные сети и потоки. Поэтому создание туристского продукта начинается с изучения его потребительских качеств и свойств, с выявления наиболее привлекательных его сторон. Именно привлекательные качества продукта являются ориентирами при его разработке и реализации. Проектируя туристский продукт, туроператор исходит из собственных местных возможностей (ресурсов). Но сегодняшний международный туризм уже давно пошел дальше, создавая дополнительные аттрактивные ресурсы и мероприятия (тематические парки, сафари и рафтинг, шоу и фестивали).

Таким образом, основой программирования туристского обслуживания являются вкусы, привычки и желания клиентов, а задачей менеджеров турфирм — дать качественное обслуживание и удовлетворить их потребности. И один из наиболее значимых мотивов любого путешествия, побуждающих огромное количество самых разных людей покидать

постоянное место жительства, является их желание познать чужую, неизвестную им пока культуру. Именно этот фактор послужил основой для создания этнического туризма, который с каждым годом завоевывает все более прочные позиции во всем мире. Под этническим туризмом понимается вид познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для познания культуры, архитектуры, быта и традиций народа, этноса, проживающего сейчас и проживающего когда-либо на данной территории. Другими словами этнический туризм выступает формой историко-культурного наследия региона и содействует более тесным связям, включению культуры малых народов в мировое культурное наследие [2].

Мировая практика доказывает, что подобный вид туризма способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека. Наиболее важным в организации этнического туризма является ознакомление участников с традициями и культурой различных этносов. Традиции — это система позиций, ценностей, норм поведения и принципы отношений между людьми в стране, ритм и пульс ее жизни. Характеристика традиций включает анализ существующих традиций, их место в жизни страны и их привязку к конкретным этносам и территориям. Роль традиции неодинакова в различных сферах социальной жизни. В меньшей степени традиция проявляется в экономике, достигает максимума в религии.

Кроме того, традиция — это выраженный в социально-организованных стереотипах групповой опыт, который путем пространственно-временной трансмиссии аккумулируется и воспроизводится в различных человеческих коллективах. Данное определение позволяет исключить из традиции индивидуальный опыт как неколлективное явление, тем самым отличается традиция от искусства, которое представляет собой индивидуальную творческую деятельность. Народное творчество и массовая культура, напротив, представляют собой коллективные виды творческой деятельности, основу которых составляют различные типы, уровни традиций [5].

Таким образом, туризм является мощным фактором гуманизации не только общества, но и гармонизации отношения человека с окружающей средой. Гуманизм является одним из важнейших принципов не только человеческого поведения, но и человеческим аналогом принципов естественного бытия.

Литература

1. Кострюкова О. Туризм как эффективный инструмент диалога культур и цивилизаций в современном обществе // научный журнал Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса, - 2012 / № 3., С28-34
2. Лесков А. Перспективы развития туризма в Современных условиях // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена Выпуск № 44 / том 18 / 2007 С. С.150-156
3. Иванов А., Олейник В. Методологические подходы к формированию государственной политики развития туризма в Украине // Материалы международной научно-практической конференции Экономика и право: теоретические и практические проблемы современности Казань Издательство «Бук» 2016 Часть 2 С.100-108
4. Raj, A. The new age of tourism – And the new tourist. – Institute of Tourism and Hotel Management, Bundelkhand University, Jhansi, 2007.
[Электронный ресурс] // URL:
http://www.indianmba.com/Faculty_Column/FC565.html
5. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.radisson.com/losangeles-hotel-ca-90007/cafiguer>