

УПРАВЛІННЯ СУСПІЛЬНИМ РОЗВИТКОМ

УДК 351:338.486

DOI 10.36030/2310-2837-4(99)-2020-112-116

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ МІЖКУЛЬТУРНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

В. Ю. Степанов,

Харківська державна академія культури

Д. Д. Перелі,

Національна академія державного управління при Президентові України

У статті розглянуто концепцію формування міжкультурної комунікації туристичної сфери в умовах суспільних трансформацій як теоретичне положення науки державного управління. Обґрунтовано, що міжкультурні комунікації сприяють інтенсифікації міжнародного спілкування та співробітництва. Доведено, що ефективність державного управління формування міжкультурними комунікаціями у сфері туризму досягається шляхом не тільки реалізації відповідних нормативно-правових механізмів, а й підвищення дієздатності уповноважених органів державної влади.

Ключові слова: взаємодія; державне управління; туризм; культура; комунікація; суспільні трансформації.

PUBLIC ADMINISTRATION OF CROSSCULTURAL COMMUNICATIONS IN THE FIELD OF TOURISM IN THE CONTEXT OF SOCIAL TRANSFORMATIONS

V. Yu. Stepanov,

Kharkiv State Academy of Culture

D. D. Pereli,

National Academy for Public Administration under the President of Ukraine

The article considers the concept of formation of crosscultural communications in the field of tourism in the context of social transformations as a theoretical point of public administration science. It is substantiated that crosscultural communication contributes to the intensification of international communication and cooperation. It is proved that the effectiveness of public administrating the formation of crosscultural communications in the field of tourism is achieved not only by the implementation of appropriate legal mechanisms, but also the capacity of public authorities.

Keywords: interaction; public administration; tourism; crossculture; communication; social transformations.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Туризм як складова частина життєдіяльності суспільства в сучасну епоху цифрових трансформацій є феноменом світового масштабу. Наявність туристичного потенціалу дає можливість країнам займати серйозні економічні позиції на світовому ринку. У сфері соціальних відносин туризм може претендувати на певний структурний утворюючий рівень. Мається на увазі те, що кожна людина у світі так чи інакше пов'язана з індустрією туризму.

Ранні цивілізації багато в чому зобов'язані своїм розвитком та процвітанням численним міжплеменним контактам. Це забезпечувало необхідні знання, навички та вміння. Інакше кажучи, туризм сприяє виявленню, вивченню і зіставленню національних характеристик, ментальності, архетипів, знайомству з ними тощо. Традиції, новації та норми в культурі також багато в чому

можуть бути актуалізовані і розкриті через сферу туризму.

Саме завдяки туризму в сучасному світі стає можливим розвиток міжкультурної комунікації. Туризм активно проявляє себе в сьогоденні і має великі перспективи в майбутньому. У зв'язку із цим туризм як інструмент «народної дипломатії» є засобом публічної політики на глобальному рівні, що сприяє розв'язанню низки міжнародних проблем, криз та конфліктів.

Відповідно до цього серед завдань державної політики у сфері туризму слід виділити такі: культурні, освітні, економічні, соціальні, організаційні та екологічні. При цьому одним з найважливіших завдань державного управління є використання туризму як інструменту формування єдиного культурного простору України та ЄС, як фактору, що впливає на глобальний культурний простір. Таким чином, туризм являє собою міжкультурні комунікації в усьому їх різноманітті, які не обмежені

© Степанов В. Ю., Перелі Д. Д., 2020

територіями та часом, а також характеризуються певним способом здійснення. Крім того, туризм виявляє проблеми культурної антропології – взаємини індивіда і культури, різного типу культур. У зв'язку із цим системний розгляд міжкультурної комунікації у сфері туризму в умовах суспільних трансформацій з погляду державного управління є актуальним питанням сучасності.

Аналіз останніх публікацій за проблематикою та визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання туризму з генезисом просторово-часового бачення світу займає значне місце в теорії філософських, історичних, культурологічних, управлінських досліджень (Агафонова, 2005, с. 521–526; Мальська, Грищук, Масюк, 2015, с. 78–81; Brislin, Cushner, Cherrie, 1986; Samovar, Porter, Stefani, 1998). Тема туризму перебуває на перетині культурологічних, соціологічних, історичних, філософських, політологічних, управлінських, економічних, географічних наукових досліджень зарубіжних і вітчизняних вчених. Ця тематика знайшла відображення в різнопланових працях: Л. Агафонові, І. Балабанова, Д. Белла, А. Бергсона, О. Бейдика, Є. Богданова, М. Біржакова, Э. Біккермана, Д. Боуена, С. Ванхілла, Д. Гілберта, Л. Гриніва, Н. Гулевської, В. Данильчука, М. Долішнього, О. Дуровича, А. Еддингтона, О. Заїкіної, Л. Забуранної, М. Кабушкіна, В. Квартальної, О. Кузьміна, К. Купера, В. Кифяка, М. Круглова, А. Мазаракі, О. Макарі, М. Мальської, Ю. Масюка, Л. Мардера, Ж. Поплавської, Б. Рассела, Х. Роглева, А. Терехуха, Т. Ткаченка, В. Цибуха, В. Федорченка, Д. Флетчера, Г. Харріса, М. Хайдеггера, К. Ясперса та ін. (Про туризм, 1995; Агафонова, 2005, с. 521–526; Гулевська, 2007, с. 130–134; Забуранна, 2011, с. 178–183; Мальська, Грищук, Масюк, 2015, с. 78–81; Роглев, Мунін, 2005, с. 34–42; Сучасний тлумачний, 2009, с. 412).

У роботах науковців обґрунтовано, що туризм є одним із проявів соціальної комунікації людства, а також те, що подорожі не тільки традиційно впливали на економічний розвиток держав, але іноді були причиною їх виникнення. Все це змушує світову спільноту дуже уважно ставитися до проблем у сфері туризму. Однак державна функція туризму в умовах суспільних трансформацій як динамічна сфера суспільного життя, що позитивно впливає на генезис цивілізаційного процесу, висвітлена мало і потребує подальших досліджень.

Метою статті є обґрунтування теоретичних засад державного управління міжкультурними комунікаціями туристичної сфери та вироблення практичних рекомендацій щодо практичних механізмів його реалізації в умовах суспільних трансформацій.

Виклад основних результатів дослідження та їх обґрунтування. Туризм відіграє не останню роль у становленні держави і розвитку міждержавних відносин. Так, систематичне вивчення туризму в Україні датується початком минулого століття. На сьогодні туризм набув масового характеру, що пов'язане із зарубіжними подорожами. Розглянемо, як формуються міждержавні відносини в умовах трансформаційних процесів з урахуванням міжкультурної комунікації феномену туризму і як держава може впливати на цей процес.

Відомо, що туризм дає змогу розкрити особливості культури того чи іншого народу, його традиції, історичний уклад життя, а також універсальні, глобальні тенденції і риси в галузі культури, які існують у сучасному світі, тобто у зв'язку з процесами глобалізації та розвиваючись у рамках конкретних етнонаціональних культур, туризм стає міжкультурним феноменом (Samovar, Porter, Stefani, 1998).

Культурологічною особливістю комунікації туризму є поєднання міжнародних та національних культурних засад. Інтенсивний розвиток туризму призвів до необхідності аналізу його різних аспектів, у тому числі і соціокультурних наслідків. При цьому велику увагу дослідники стали звертати на характер ціннісних культурних орієнтацій, їх динаміку, норми, ідеї, думки і уявлення, що домінують у тих чи інших етнічних групах різних народів (Dodd, 1998).

У ХХ ст. переважна більшість культурологів, антропологів та етнологів стала розуміти етнокультурну своєрідність не тільки як особливості у формах прояву культури, а і як специфіку комунікативного взаємопроникнення і зрощування цих елементів. Процес глобалізації в суспільстві викликав інтерес до проблем взаємодії культур і культурної ідентичності народів. Зокрема, до вивчення і аналізу численних питань, які породив туризм, звернулися не тільки лінгвісти та економісти, географи та соціологи, історики та культурологи, етнологи та психологи, а й фахівці з державного управління (Агафонова, 2005, с. 521–526; Забуранна, 2011, с. 178–183; Bennet, 1998; Samovar, Porter, Stefani, 1998). Відповідно до цього взаємодія між культурами стала наділяти туризм властивістю інтероперабельності.

У сучасному суспільстві культурологи все більшого значення стали надавати психологічним складовим культури. При цьому увага акцентувалася на адаптації особистості, її пристосуванні до життєвих умов, а також на виокремленні та вивченні при цьому відповідних форм поведінки. Стали досліджуватися генетичні витоки культури: культура почала тлумачитися з позицій її походження. Основна увага фіксувалася на тому,

що всі матеріальні об'єкти, традиції, релігійні вірування і світоглядні установки функціонують у контекстах їх символіки (Bennet, 1998; Brislin, 1986; Dodd, 1998; Driven, Putz, Jager, 1994).

Виходячи з цього туризм став розглядатися як комунікативна культурна форма, усвідомлюватися як сфера культури, як її елемент і засіб, як фактор впливу на культуру. Було доведено, що в процесі подорожі людина бачить і відчуває навколишній світ по-іншому. У туризмі стали знаходити прояв усі основні функції культури.

Фахівці починають розглядати туризм як культурологічну діяльність за своєю суттю (Samovar, Porter, Stefani, 1998). З часом більш чітко виявляється як економічна природа, так і державна сутність туризму. Туризм став сприяти здатності жити в постійно мінливому світі, в якому все менше значення мають кордони між державами і все більш важливими стають безпосередні контакти між людьми.

Слід зазначити, що слово «туризм» походить від французького «tour», що в перекладі означає «прогулянка». Вважається, що вжиток цей термін був введений англійцями (нацією, що багато часу проводила в мандрівках), хоча одночасно він почав використовуватися і жителями Європи (Bennet, 1998; Brislin, 1986; Dodd, 1998; Driven, Putz, Jager, 1994). Французький фахівець у галузі туризму Р. Ланкар зазначав, що «у Великобританії до 1811 року вперше з'явилося слово «турист» для позначення осіб, які здійснюють «гран-тур» (Lanquar, 1995). На думку Р. Ланкара, слово «туризм» означає «практику подорожей для задоволення, що стало головним мотиваційним чинником поїздки того часу ...» (Lanquar, 1995).

Зауважимо, що термін «турист» виник на початку минулого століття і не має витоків та коріння в українській мові, куди він потрапив у результаті низки запозичень.

Крім того, туризм як феномен культури став виявляти себе на різних рівнях взаємодії культур: національному та міжнародному. Це складне багатовимірне і багатофункціональне явище, яке відрізняється від міграцій цілеспрямованістю і поверненням та неможливістю отримувати матеріальний прибуток від поїздки. Відповідно до цього туризм, що здійснюється у вільний час, став набувати комунікативного та організованого характеру.

Завдяки просторовим переміщенням людини туризм являє собою приклад освоєння і формування загальнолюдської міжкультурної комунікації. Подорожі і туризм у певні історичні епохи впливали на сприйняття і структурування життєвого простору людини, сприяли виникненню і формуванню культурної, економічної, соціальної, інформаційної, наукової сфер людства.

З минулого століття туризм як масове явище суттєво відрізняється від подорожей глобальністю

і тим, що є видом індустріальної діяльності. Держави, які приділяють цілеспрямовану увагу проблемам розвитку туристичної індустрії, успішно вирішують соціальні проблеми, пов'язані з національним відродженням, підвищенням якості та рівня життя населення, культурним зростанням. В умовах суспільних трансформацій сучасного світу туризм поступово трансформується в соціальний феномен глобального рівня, який впливає на всі соціальні інститути.

Слід акцентувати увагу і на великій практичній значущості, важливості виявлення та встановлення мотивації потенційних туристів. Зокрема, туризм виходячи з його масштабності і масовості є одним з найважливіших видів міжкультурної комунікації. Крім того, туризм виступає як потужний фактор кроскультурної комунікації, сприяючи інтенсифікації та розвитку міжнародного спілкування та взаємопорозумінню (Brislin, 1986; Dodd, 1998; Driven, Putz, Jager, 1994; Samovar, Porter, Stefani, 1998). Таким чином, психологічні, географічні та соціальні критерії справляють великий вплив і підвищують попит на туристський продукт. При цьому знання мотивів потенційних туристів має важливе значення при проектуванні та організації процесу реалізації туристського продукту в державі.

Теорія міжкультурної комунікації в туризмі та культурологія зробили вагомий внесок у формування наукової парадигми про ідею руху, взаємних зустрічей та інтеграції різних культур. При цьому кроскультурна комунікація відображає не тільки пошуки культурної єдності, що впорядковує «життєві» засади, введення «чужого» у «свій» світ, а й тенденції до збереження культурної своєрідності, зокрема, права на культурне самовизначення як особистісне, так і соціальне.

З погляду міжкультурної комунікації поняття «комунікація» визначається лінгвістами не тільки як засіб передачі повідомлення, лінія зв'язку, а і як спілкування, передача думок, а також шлях, зв'язок місць (Роглев, Мунін, 2005, с. 34–42), тобто сама суть поняття «комунікація» безпосередньо стосується туризму. Туризм комунікативний: вирушаючи в подорож, турист виступає як комунікант, пов'язуючи воедино просторово-часові координати і виступаючи як свого роду засіб сполучення між різними народами і культурами.

Цьому рівню комунікації відповідатиме в основному культурно-пізнавальний, релаксаційний і екстремальний туризм. Щодо контактів у великих групах, то вони, як правило, здійснюються під час паломницьких і подієвих подорожей. До них можуть бути віднесені відвідування святих місць у дні великих релігійних свят, спортивні заходи (наприклад олімпіади), карнавали тощо. Інакше кажучи, туризм дає можливість охопити всі рівні міжкультурної комунікації.

Зазначимо, за допомогою міжкультурної комунікації в Україні, яка є багатонаціональною державою, також здійснюється діалог культур. При цьому розширюється можливість доступу до культурних цінностей жителям регіонів незалежно від їх місця проживання і соціального статусу. Цьому сприяє державний управлінський аспект розвитку туристичної діяльності в Україні, який знайшов відображення в Законі України «Про туризм» (редакція від 16.10.2020). Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму, спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він устанавлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України (Про туризм, 1995).

Державне управління туризмом в умовах суспільних трансформацій виражається в тому, що Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі (Про туризм, 1995).

Відповідно до цього держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності (Про туризм, 1995).

Серед основних пріоритетних напрямів державної політики у сфері туризму слід відзначити «забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку...» (Про туризм, 1995).

Список використаних джерел

- Про туризм : Закон України від 19.09.1995 № 325/95-ВР. *Відом. Верхов. Ради України*. Редакція від 16.10.2020, підстава – 124-ІХ.
- Агафонова Л. Г. Проблеми державного регулювання розвитку туризму в Україні. *Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози*. Київ : КУТЕП, 2005. С. 521–526.

На нашу думку, з урахуванням сучасного стану і відповідно до чинного законодавства важливим завданням туристичної діяльності в Україні є підтримка науково-дослідних робіт, різних маркетингових досліджень у сфері туризму, зокрема складання прогнозів функціонування вітчизняного і світового туристських ринків. До цього слід додати і завдання державного управління з підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері туризму з урахуванням світових стандартів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У туристичній індустрії стратегія туризму як однієї зі складових комунікативного розвитку на сучасному етапі повинна розроблятися як у державних концепціях, так і концепціях із розвитку окремих регіонів, міст. При цьому одним з найважливіших напрямів стратегічного розвитку туризму є його комунікативно-культурний вектор.

Як потужний фактор міжкультурної комунікації туризм сприяє інтенсифікації міжнародного спілкування та взаєморозуміння. Розглядаючи концепт феномену туризму як комунікативно-культурне явище, слід виділити його основні риси. По-перше, туризм, будучи способом індивідуального розвитку і самоактуалізації, спрямований на фізичне і духовне вдосконалення людини. По-друге, туризм є способом реалізації культурних переваг. По-третє, туризм являє собою потужний імпульс для розвитку економіки як місцевого, так і глобального рівнів, що сприяє розвитку сфери зайнятості населення.

Що стосується організаційних державних управлінських завдань, насамперед необхідно активізувати взаємодію і співпрацю різних регіонів України, і, крім того, розвивати міжнародні контакти, що сприяють створенню єдиного туристичного простору.

Держава зобов'язана реалізувати поставлені цілі і завдання шляхом не тільки правового та нормативного забезпечення туризму, а й підвищення дієздатності відповідних органів державної влади, уповноважених здійснювати державне управління туризмом. Ця діяльність передбачає багатоаспектність внутрішніх і зовнішніх явищ, залежностей, має багатоцільовий характер та потребує подальших наукових розробок.

References

- Pro turyzm : Zakon Ukrainy vid 19.09.1995 № 325/95-VR. *Vidom. Verkhov. Rady Ukrainy*. Redaktsiia vid 16.10.2020, pidstava – 124-IX [in Ukrainian].
- Ahafonova, L. (2005). Problemy derzhavnoho rehuliuвання rozvytku turyzmu v Ukraini [Problems of state regulation of tourism development in Ukraine]. *Kultura i osvita fakhivtsiv turystychnoi sfery: suchasni tendentsii ta prohnozy*. Kyiv : KUTEP [in Ukrainian].

- Гулевська Н. М. Передумови формування стійкого туризму. *Вісн. СумДУ. Серія «Економіка»*. 2007. № 2. С. 130–134.
- Забуранна Л. В. Зарубіжний досвід розвитку сільсько-го зеленого туризму. *Економіка АПК*. 2011. № 6. С. 178–183.
- Мальська М. П., Грищук А. М., Масюк Ю. О. Впровадження зарубіжного досвіду стратегічного управління розвитком туризму: можливості та перспективи. *Економічний часопис-XXI* : наук. журн. Ін-т сусп. трансформації. 2015. № 155 (11–12). С. 78–81.
- Роглев Х. Й., Мунін Г. Б. Стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. *Туризм: теорія і практика*. 2005. № 1. С. 34–42.
- Сучасний тлумачний словник української мови: 100 000 слів / за заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В. В. Дубічинського. Харків : ВД «Школа», 2009. С. 412.
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019>
- Bennet M. Basic Concepts of Intercultural Communication. Selected Readings. Yarmouth, 1998.
- Brislin R. W., Cushner K., Cherrie C. Intercultural Interactions. Beverly Hills, 1986.
- Dodd C. Dynamics of Intercultural Communication. Boston, 1998.
- Driven R., Putz M., Jager S. Intercultural Communication. Bern, 1994.
- Samovar L., Porter R., Stefani L. Communication between Cultures. Belmont: 1998 etc.
- Lanquar R. Le tourisme international. Paris : Presses Universitaires de France, 1995. P. 5.
- Hulevska, N. (2007). Peredumovy formuvannia stiikoho turizmu [Prerequisites for the formation of sustainable tourism]. *Visnyk SumDU. Seriya «Ekonomika»*. Is. 2. P. 130–134 [in Ukrainian].
- Zaburanna, L. (2011). Zarubizhnyi dosvid rozvytku silskoho zelenoho turizmu [Foreign experience of rural green tourism development]. *Ekonomika APK*. Is. 6. P. 178–183 [in Ukrainian].
- Malska, M., Hryshchuk, A., Masiuk, Yu. (2015). Vprovadzhennia zarubizhnoho dosvidu stratehichnoho upravlinnia rozvytkom turizmu: mozhlyvosti ta perspektyvy [Introduction of foreign experience of strategic management of tourism development: opportunities and prospects]. *Ekonomichnyi chasopys-KhKhI* : nauk. zhurn. In-t susp. transformatsii. Is. 155 (11–12). P. 78–81 [in Ukrainian].
- Rohliev, Kh., Munin, H. (2005). Stan ta perspektyvy rozvytku dilovoho turizmu v Ukraini [Status and prospects of business tourism development in Ukraine]. *Turizm: teoriia i praktyka*. Is. 1. P. 34–42 [in Ukrainian].
- Suchasnyi tлумачnyi slovnyk ukrainskoi movy (2009). [Modern explanatory dictionary of the Ukrainian language]. Kharkiv : VD «ShKOLA». P. 412 [in Ukrainian].
- The Travel & Tourism Competitiveness Report (2019). Retrieved from: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019>
- Bennet, M. (1998). Basic Concepts of Intercultural Communication. Selected Readings. Yarmouth.
- Brislin, R., Cushner, K., Cherrie, C. (1986). Intercultural Interactions. Beverly Hills.
- Dodd, C. (1998). Dynamics of Intercultural Communication. Boston.
- Driven, R., Putz, M., Jager, S. (1994). Intercultural Communication. Bern.
- Samovar, L., Porter, R., Stefani, L. (1998). Communication between Cultures. Belmont.
- Lanquar, R. (1995). Le tourisme international. Paris: Presses Universitaires de France.

Степанов Віктор Юрійович, доктор наук з державного управління, професор, Харківська державна академія культури, 61057, Україна, м. Харків, Бурсацький узвіз, 4.

Перелі Діана Дмитрівна, аспірантка кафедри інформаційної політики та цифрових технологій, Національна академія державного управління при Президентові України, 03057, Україна, м. Київ, вул. Антона Цедіка, 20

Цитування: Степанов В. Ю., Перелі Д. Д. Державне управління міжкультурними комунікаціями туристичної сфери в умовах суспільних трансформацій. *Вісн. НАДУ. Серія «Державне управління»*. 2020. № 4 (99). С. 112–116.

Стаття надійшла: 30.11.2020

Схвалено до друку: 16.12.2020

Stepanov, Victor Yu., Doctor of Sciences in Public Administration, Full Professor, Kharkiv State Academy of Culture, 4, Bursatskyi uzviz, Kharkiv, 61057, Ukraine E-mail: vs2994018@gmail.com <http://orcid.org/0000-0001-5892-4239>

Pereli, Diana D., Postgraduate student of the Information Policy and Digital Technologies Department, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, 20, Anton Tsedik St., Kyiv, 03057, Ukraine E-mail: aspPereli@gmail.com <http://orcid.org/0000-0002-1687-0532>

Citation: Stepanov, V. Yu., Pereli, D. D. (2020). Derzhavne upravlinnia mizhkulturnymy komunikatsiamy turystychnoi sfery v umovakh suspilnykh transformatsii [Public administration of crosscultural communications in the field of tourism in the context of social transformations]. *Bulletin of the NAPA. Series «Public Administration»*. 2020. Is. 4 (99). P. 112–116 [in Ukrainian].

Article arrived: 30.11.2020

Accepted: 16.12.2020