

УДК 17.026.1

Гончарова І. П.

**МІФОЛОГІЗАЦІЯ ТА ЛЕГІТИМІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ.
МОРАЛЬНИЙ АСПЕКТ.**

Одеський національний морський університет

Goncharova I.P.

MYTHOLOGY AND LEGITIMATION TOURIST SITES. MORAL ASPECTS.

Odessa National Maritime University

Анотація. В роботі висвітлюється вплив міфологізації туристичних об'єктів на їх легітимність. Розглядається моральне значення їх міфологізації.

Ключові слова: міфологізація, легітимізація, мораль, аспект, туристичні об'єкти.

Abstract. In this paper we describe the impact of tourist sites mythologizing their legitimacy. We consider the moral significance of mythologizing.

Key words: mythology, legitimation, moral, aspect, tourist sites.

Однією із найважливіших галузей економічного спрямування – є туристичний потенціал країни який містить етичні, історичні та естетичні аспекти. Кожен із цих аспектів – є аксіологічною складовою загальної привабливості туристичного об'єкту, його цінності та важливості. Як наслідок, економічної вигоди від його утримання. Естетичні аспекти характеризують зовнішній вигляд туристичних об'єктів та їх зміст в асоціативному значенні. Історичні аспекти відбивають значення туристичного об'єкту, як пам'ятки минулих подій, постають носіями інформації стосовно досвіду певного народу чи спільноти, розкривають наслідки людських помилок та досягнень.

Поєднання історичного та естетичного в туристичному об'єкті зачіпає важливе філософське питання – питання співвідношення форми та змісту. В цьому співвідношенні об'єкт набуває свого морально-етичного значення. Не

останню роль у привабливості туристичного об'єкту відіграє його міфологізація, яка часто приховує чи викривлює історичну правду та породжує подвійні моральні стандарти. Важливого значення внутрішньому, історичному змісту міфу надав французький соціолог та антрополог, засновник школи структуралізму К. Леві-Строс. Він вважав, що міф утворює певну структуру, яка є незмінною в часі, та поєднує минуле, теперішнє і майбутнє [2]. Тому так важливо придивитись до туристичних об'єктів і тієї міфології якими вони оповиті. Бо може виявитись так, що романтичний, міфологічний образ який вони несуть не містить туристичного потенціалу, а створює лише ілюзію економічної вигоди, яка програє з загально-стратегічної точки зору.

Романтичне значення міфів підкреслював, і німецький філософ Г. В. Шеллінг, приділяючи велику увагу символізму який вони несуть. Мислитель вбачав в міфі раціональну складову, яка відбиває справжню реальність, хоч і в символічному вигляді. Філософ передбачав поєднання міфу та науки [4], втілення чого ми, і спостерігаємо у технологіях сучасної гібридної війни.

Сила міфів в тому, що породжуються вони миттєво і впливають на підсвідомість. Наявність внутрішньої сакральної складової захищає міф від руйнації. Саме тому розвінчані міфи продовжують своє існування. Прикладами можуть слугувати деміфологізовані комуністичні та імперіалістичні об'єкти, які і досі залишаються предметом захисту певного складу населення, не зважаючи на моральні збитки що завдають. Їх наявність в країні яка знаходиться у стані війни призводить до подвійних стандартів і руйнує країну з середини.

Міфологізація об'єктів надає їм легітимності в очах осіб що потрапляють під вплив її дії. Використання міфів носить прикладний характер і активно задіяне в бізнесі, військових та політичних технологіях, сучасних інформаційних війнах тощо. Доктор філології, та експерт з інформаційної політики Г. Почепцов, у своїй статті: „Сучасна міфологія: хто і як її використовує”, показує схеми за якими діє міфологізація в різних напрямках. Так, наприклад: „Бізнес у сферах реклами, брендування й піару працює за моделлю приєднання своєї власної символізації до сильнішого символу” [3], що

дозволяє їх порівнювати. Подібну модель міфологізації, за Г. Почепцовим, використовують і політтехнологи. Дещо відрізняється військова модель, яка спирається на нейрохімію, в основі якої полягає здатність відчуття емоцій, болю, стресу тощо і впливає на прийняття рішень. Дослідження Kelland K. Neuroscience the new face of warfare: experts, виявило: „Деякі типи наративів сприяють виділенню хімічних речовин, що створюють у людини позитивне відчуття, порівнюване з впливом невеликої дози кокаїну”[3]. Для цього досліджувалось вплив фраз, речень інтонацій на емоційний стан людини. Що підтвердило, що від форми і манери викладання залежить сприйняття міфу. Сила міфів, також, полягає і в функціях які вони виконують. Регулятивна дія міфів полягає в основі чисельних маніпуляцій: „Міф відіграє роль інстанції, яка регулює поведінку індивідів. Одним із головних джерел міфів є засоби масової інформації” [1]. Вони впливають на поведінку людини та контролюють її свідомість. „Головна функція міфу в сучасних організаціях, які прагнуть іти за духом часу, - орієнтувати на успіх” [1] – стверджує Вакулова Т.В. у своїй статті: „Функції міфів у державному управлінні”.

Тож, міфи здатні утворювати, як руйнівну маніпулятивну дію, так і орієнтувати на успіх. Відповідно збільшувати привабливість туристичних об'єктів. Безперечно, вони є важливим легітимізуючим чинником. Разом з тим, дискусійним залишається питання співвідношення істини та міфології. Оповитий ореолом романтичності міфологізований туристичний об'єкт, на перший погляд, видається більш привабливим ніж справжній, хоч і програє, з точки зору моралі, як такий що спотворює чи приховує реальність. Але, як не дивно, справжня історична значимість перевищує будь-яку міфологізовану дійсність. Адже, бажання причетності до істинного, справжнього знання, також, містить внутрішню сакральну складову і також, впливає на підсвідомість. Тому здатне конкурувати з міфом, як на інформаційному, так і на психологічному рівнях.

Таким чином, підвищенню туристичної привабливості будь-якого регіону може сприяти відкриття історичної правди і, насправді, значимих об'єктів, які

до неї причетні, а не тримання за старі стереотипи та приховування правди, з метою підтримки старих міфів. Що не відповідає ні духу часу, ні вимогам суспільства.

Список використаних джерел:

1. Вакулова Т.В. Функції міфів у державному управлінні / Вакулова Т.В. // Публічне управління. – Харків, 2010р. – №.34 – С. 10-17. Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2010-34/doc/1/02.pdf>
2. Леві-Строс К. В Структурна антропология. Пер. з французької Зоя Бесюк. – К: Вид-во Соломії Павличко „Основи”, 1997. – 387 с.
3. Почепцов Г. Сучасна міфологія: хто і як її використовує / Георгій Почепцов // Освіта. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/suchasna_mifologiya_khto_i_yak_i_vikoristovue/
4. Шеллинг Ф.В.Й. Философия искусства. / Ф.В.Й. Шеллинг. – М.: Мысль, 1966. – 496 с.

Науковий керівник: к.ф.н., доцент Куліченко В. В.

Робота відправлена: 23.03.2017 р.

© Гончарова І.П.