

УДК 141.319.8

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v042.2023.5>

І. З. Дуцяк

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8751-4001>доктор філософських наук, професор,  
професор кафедри туризму

Національного університету «Львівська політехніка»

## АНТРОПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФІЛОСОФІЇ ТУРИЗМУ

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Упродовж останніх десятиліть словосполучка «філософія туризму» доволі часто трапляється у наукових та навчальних працях як в галузі філософії, так і в галузі туризмознавства. Автори по-різному розуміють згадану словосполучку. Тому цілком доцільно належно обґрунтувати концепцію філософії туризму як галузі знань, обґрунтувати можливість її (цієї галузі знань) існування як такої. Водночас словосполучка «філософія туризму» є елементом в переліку «філософія + якийсь іменник в родовому відмінку» (наприклад, філософія природи, філософія права, філософія історії, філософія науки і т. ін.). Цей перелік почав формуватися з виникненням філософії і пов'язаний з практично вічною для філософії проблемою – тлумачення її предмета. Тож аналіз змісту поняття «філософія туризму», зумовлює потребу визначитись і щодо розуміння предмета філософії. Згідно з цими міркуваннями, внесення ясності щодо словосполучки «філософія туризму» і теоретично, і практично важливе як для філософії, так і для туризмознавства. Зазначена проблематика стала предметом дослідження, результати якого викладено далі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Насамперед з'ясуємо головні значення, в яких вживають словосполучку «філософія туризму», яким чином зв'язують філософію і туризм.

1. До найбільш дотичних щодо філософії можна було б віднести праці, в яких явище туризму використовують у філософському аналізі, предметом якого є не туризм, а загальніше – соціальна філософія. Це, для прикладу, такі праці як «Турист. Нова теорія бездільного класу» Діна Макканела [1] і «Філософія туриста» Хірокі Азума [2].

У праці «Турист. Нова теорія бездільного класу» (перше видання якої було оприлюднене у 1976 році) автор прагне обґрунтувати ідею, що диференціація людей за їх спроможністю до туристичних подорожей та практикуванням цих подорожей належить до суттєвих ознак статусу людини в суспільстві, яка, отже, детермінує багато інших ознак. Принагідно можна зауважити, що така ідея видається недостатньо обґрунтованою, однак аналіз цього не є предметом нашого пошуку.

У праці «Філософія туриста» Х. Азума продовжує аналіз суспільства (який він використував у попередній праці), згідно з поділом його членів на три групи: 1) сільські мешканці, які не практикують ознайомлення з іншим середовищем у формі подорожей; 2) кочівники, які постійно подорожують, але не прив'язані до якогось конкретного середовища і 3) туристи, які, і переймають досвід чужих культур (ознайомлюючись з ними під час подорожей), і, водночас, прив'язані до деякого середовища. Автор намагається встановити зв'язки між категорією постмодернізму «інший» і поняттями «кочівник», «турист».

2. Інша категорія праць, в яких поєднано слова «філософія» і «туризм» – це низка публікацій за темою «філософія туризму», в яких аналізують туризм як явище, чи окремі його компоненти [3–11]. Щодо згаданого підходу доцільно взяти до уваги те, яким чином тлумачать зміст поняття «філософія туризму», зокрема, чи тлумачать його як розділ філософії.

Розгляньмо перший з двох варіантів, тобто, коли філософію туризму тлумачать як розділ філософії. Є підстави для думки, що такі розділи філософії як філософія історії, права, науки і т. ін. належать до історичного минулого філософії [12]. Праці з такою назвою переважно містять аналіз найзагальніших методологічних проблем чи фундаментальних понять цих наук. Тому доцільніше, щоб такі галузі знань були предметом пізнавальної діяльності не філософів, а істориків, правників, наукознавців та ін., тобто фахівців спеціальних (часткових) наук. Доцільніше також називати такі галузі знань згідно з аналізованою в них проблематикою, наприклад, методологічні проблеми історії, права, туризмознавства.

Огляньмо як історично виникли такі науки як натурфілософія, філософія історії, філософія права та інші подібні до них. В античній Греції усіх, хто відрізнявся підвищеною допитливістю, називали філософами (ті, хто люблять пізнавати) – отже, це категорія людей, яка отримувала задоволення від пізнавальної діяльності, і тому перетворювала її на головне своє заняття. Однак, всі вони реалізували свою допитливість у різних предметних областях, у різних галузях знань.

Згідно з цим, згаданий прошарок допитливих людей було поділено на тих, хто займається першою філософією – найзагальнішими ознаками світу (це сьогодні і мала б бути філософія), і тих, хто займається об'єктами, виокремленими за якими-сь специфічними ознаками (це часткові галузі знань, такі як математика, астрономія, фізика, біологія та ін.). Оскільки представники першої філософії здобували найзагальніше знання, вони вважали, що це є найголовніше знання, і тому саме їм належить диктувати фахівцям з часткових наук найважливіші принципи їхніх наук. Однак, з часом, виявилось (і це стало особливо помітно в XIX ст.), що науковці самі здатні здобувати підтверджуване знання в своїх галузях, тоді як спроби філософів сформулювати якісь директивні пояснення для щораз глибше розвинутих спеціальних наук у працях під назвами *філософія природи* та ін. виявлялись хибними. У підсумку стало очевидним, що ці розділи філософії (як претензії філософів на відкриття істин в усіх галузях знань), є необґрунтованими. Після цього згадані філософії будь-чого втратили сенс як філософські дисципліни, однак частина філософів, чи то за інерцією, чи то з якихось інших причин (їх можна назвати низку), продовжують цю філософську традицію.

Тому, в підсумку, сучасна філософія містить три види наук:

А. Найзагальніші знання про світ (це тотожне знанням про світ як щось цілісне). Це онтологія (чи за іншою назвою метафізика).

В. Спеціальні науки, які ще не відокремились від філософії. Це, для прикладу, етика, естетика, релігієзнавство, культурологія. (Є підстави вважати, що політологія і психологія вже відокремились від філософії – і там, і там виконують емпіричні дослідження; крім того, самостійний статус цих дисциплін утверджений тим, що в частині університетів створені факультети політології та психології).

С. Філософські дисципліни-рудименти, тобто псевдонауки, такі як філософія історії, філософія права, філософія природи, філософія спорту і т. ін. (Такі дисципліни є рудиментами, якщо філософ намагається робити якісь відкриття, для прикладу, в галузі права, діючи як філософ). Водночас, якщо тлумачити ці дисципліни як аналіз фундаментальних понять, методологічних проблем не як розділу філософських знань, а як розділу тієї чи іншої науки, для прикладу того ж таки права, тоді ця наука, хоч і під неоднозначною назвою, має сенс (однак вже не як філософська наука).

До теми про розділи філософії на зразок філософії природи, філософії історії, філософії права, філософії спорту, філософії торгівлі, філософії кулінарії та подібних інших доцільно додати таке.

Цей перелік можна продовжувати доповнюючи слово «філософія» довільними словосполученнями, а отже й такими як «філософія сірникової етикетки», «філософія правого шнурка з лівого черевика», «філософія дирки в бублику»... Оскільки кількість словосполук у будь-якій сучасній мові є практично безмежна, то й кількість подібних розділів філософії також має бути безмежною, що, очевидно, позбавлене здорового глузду. Водночас відсутній однозначний критерій – чому філософію права й філософію історії доцільно вважати повноцінними філософськими дисциплінами, а філософію телеграфного стовпа чи зеленої парасолі – ні.

У цьому контексті доцільно звернутися до теми предмета філософії. Зокрема, в одній з попередніх публікацій автор цієї статті обґрунтував таке тлумачення філософії, згідно з яким, наведені недоречності не виникають [13]. Йдеться, зокрема, ось про що (без уміщення аргументації з публікації [13]). Головною під час окреслення предмета філософії взято думку, що філософія є там, де міркують найзагальнішими поняттями. Перетворивши це в дефініцію, отримуємо – предметом філософії є найзагальніші ознаки (властивості й відносини) всього, що існує (і в сенсі всього, як цілісності, і в тому сенсі, що який би фрагмент, частину всього, що існує, ми не взяли, йому будуть притаманні ті чи інші прояви згаданих найзагальніших ознак).

У чомусь подібним до щойно наведеної дефініції є те пояснення предмета філософії, на яке часто можна було натрапити в підручниках з філософії радянської доби (предметом філософії є найзагальніші властивості природи суспільства й пізнання). Однак між цими дефініціями є дуже суттєва відміна. Структура філософії радянської доби містила саме ці розділи (діалектичний матеріалізм як філософія природи, історичний матеріалізм як філософія суспільства, і діалектико-матеріалістична теорія пізнання), водночас згідно з запропонованим в роботі [13], до філософії потрапляють лише найзагальніші ознаки (атрибути і найзагальніші закони) всього, що існує, тобто онтологія, а всі решта спеціальні галузі знань повинні бути поза філософією, тобто предметом аналізу вузьких фахівців у цих спеціальних галузях. Згідно з цим, ані знання про природу чи суспільство, ані знання про пізнання не повинні бути предметом «чистих» філософів (згідно з підходом, обґрунтованим у праці [13]).

Розгляньмо інший варіант, тобто, коли філософію туризму тлумачать не як розділ філософії, а як набір знань, потрібних для фахівців у галузі туризму.

Огляньмо, про що пишуть у виданнях з філософії туризму. У згаданому навчально-науковому виданні *Філософські нариси туризму* [4] предметом дослідження є: аналіз та дефініція явища

туризму (це стало предметом переважної більшості статей), значення туризму для людини та спільноти, етика туризму.

Подібна проблематика стала також предметом аналізу в монографії *Філософські проблеми туризму* [6]. Головними темами цієї монографії є з'ясування суті та дефініція явища туризму (розділ 2), естетичні аспекти туризму (розділ 3) та етика туризму (розділ 4). Перший розділ містить аналіз поняття *філософські проблеми туризму*.

Низка дослідників ґрунтуються на тому, що знання філософії може бути використане в галузі туризму для розв'язання тих чи інших проблем, які виникають у цьому виді підприємництва. Наприклад, Ї Ванг [7] обґрунтовує думку, що розуміння китайської філософії можна використати для підвищення ефективності прийняття рішень в туристичному підприємстві, враховуючи, зокрема, поведінку різних зацікавлених сторін. Згідно з Ї Вангом, у сучасному Китаї співіснують (мабуть більшою мірою на конкурентних засадах) три напрями філософії: 1) конфуціанство у тому варіанті, який сформувався після першої культурної революції; 2) китайська комуністична філософія і 3) сучасна західна філософія. Ці філософські напрями різним чином визначають поведінку людини, в тому числі в галузі туризму.

Віншій праці [10] натрапляємо також на подібний до попереднього прагматичний підхід, який проявився в аналізі спроб використання філософської системи індусів «Трі Кая Парісудга» для налагодження коректних стосунків між гостями і господарями дестинації (в одному з поселень Балі).

3. Дуже часто словосполучу «філософія + іменник в родовому відмінку» вживають метафорично. Наприклад, коли вживають слово «філософія» у словосполучці «філософія фірми», то цією словосполучкою позначають головні засади діяльності фірми. Подібне вживання словосполучки «філософія туризму» є досить поширеним [14–21]. У таких випадках, для уникнення неоднозначності доцільніше вживати слова саме з тими значеннями, які (значення) намагаються вкласти в слово «філософія» (тобто «теорія», «засади», «концепція», «підхід», «головні ідеї» та ін.) і використовувати їх у назві, а не «напускати туману», тобто надавати напускної вагомості словом «філософія» (яке в такому контексті вжите в сенсі чогось «найважливішого», «найзагальнішого», «підставового», «засадничого», «теоретичного»).

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, які стали предметом цього дослідження.** Якщо адресатом дисципліни «філософія туризму» є підприємець туристичної галузі, то вона може мати сенс і користь для цього підприємця тоді, коли міститиме знання, важливе для успіху його фахової діяльності. Це можуть бути

соціально-психологічні знання щодо типології та поведінки туристів, знання з етики туризму, знання з оцінювання ступеню естетичної привабливості туристських приваб, знання з соціології туристів, тобто знання з низки гуманітарних наук, частину з яких сьогодні відносять до філософських. Сюди, зокрема могли б входити знання з соціальної філософії, філософської антропології, філософії культури. Виходячи з міркувань пропонованого автором тлумачення предмета філософії, ці галузі знань не мали б відноситись до філософських. Водночас такі знання потрібні підприємцю сьогодні, і доки надання таких знань підприємцям туристичної галузі не налагоджене поза межами філософії, їх треба надавати, а для цього – принаймні, систематизувати зазначені знання. Водночас, перш ніж систематизувати знання з філософії туризму, доцільно виокремити і обґрунтувати окремі блоки, які мали б міститися в цьому масиві знань. Під час огляду досліджень з філософії туризму, з'ясовано, що чи не найменш розробленою є проблематика, яка стосується філософської антропології та соціальної філософії (в контексті туристичної проблематики). В одному з небагатьох досліджень [5] автор стверджує, що філософія природи й антропологія належать до головних підстав філософії туризму, розглядаючи туризм як форму антропологізування природи. Водночас, є низка інших сегментів антропології, які не менш важливі для галузі туризму, для прикладу, типи людей та їх поєднуваність. Особливістю туристських спільнот є те, що туристські групи є тимчасовими, у них потрапляють люди, які нерідко, в умовах буднів не поєднувалися б у групу, оскільки ступінь їхньої несумісності є надто високим. Тож предметом дослідження став один із блоків знань, недостатньо досліджених у сучасних суспільних науках, а саме, типологія і поєднуваність людей у туристських спільнотах.

**Метою статті** є розроблення загального підходу до типологізування людей, які є учасниками туристичних взаємодій, та до оцінювання їхньої поєднуваності. Ці знання, сформульовані в контексті філософії туризму, безумовно матимуть значно ширше поле застосувань.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Для типологізування людей, які можуть бути поєднані в туристській групі, узято ті властивості людей, несумісність в яких може призводити до дуже гострих конфліктів. До таких властивостей віднесено (не в порядку гостроти конфліктів, до яких може призвести несумісність у цих властивостях) такі: 1) світоглядна належність; 2) рівень культури; 3) етно-культурна ідентичність; 4) соціально-економічні відмінності; 5) структура потреб (за парадигмою структури дозвілля, згідно з пірамідою Джея Брайяна Неша [22]).

Розгляньмо, насамперед, кожен з цих властивостей, щоб після цього сформулювати загальний підхід до детермінант поєднуваності людей. У першу групу віднесено світоглядну належність. Величезний набір різних світоглядів зумовлений тим, що переважна більшість спільнот, які проживають в тій чи іншій країні, не є гомогенними за світоглядом. У багатьох випадках у межах однієї країни може бути багато носіїв найрізноманітніших релігійних світоглядів, коли людина є невірною, то вона може бути прибічницею різних філософських світоглядів (онтологічних концепцій), або ж різних стихійно сформованих (через індуктивне узагальнення особистого досвіду) світоглядів. Відмінність між світоглядами може бути джерелом дуже гострих конфліктів (залежно від толерантності концептуальних засад світоглядної доктрини і від толерантності її носія).

Не менш гострою є несумісність між людьми різного культурного рівня. Це проявляється у відмінностях як у формах виробничої діяльності людини, так і в дозвіллі. Такі люди не можуть мати спільних інтересів, якщо ж спільний інтерес є, наприклад, у разі, якщо це члени однієї сім'ї, то форми спільної діяльності є дуже обмежені, а водночас і кількість та сила зв'язків є малою.

Третью суттєвою відмінністю (чи однаковістю) є етно-культурна ідентичність. У деяких формах взаємодії (якщо йдеться про співробітників на виробництві однаково зацікавлених в успіху цього виробництва) ці відмінності можуть бути несуттєвими. Водночас, якщо спільноти перебувають в конфлікті, то це може бути джерелом конфлікту між членами групи, належними до ворогуючих етносів. Якщо це мешканці одного готелю; клієнти одного закладу харчування; члени однієї туристичної групи; туристи, що відпочивають на одній дестинації, то це є ризик гострих конфліктів.

Четверта відмінність між людьми – соціально-економічна ідентичність. Спектр подібних ідентичностей містить багато різних типів, однак очевидно, що людина, яка користується іншою, є несумісною з людиною, з якої користаються; людина, яка здобуває на прожиття працю, є несумісною з людиною, яка шахрайством чи грубою силою привласнює чуже.

До п'ятої відмінності віднесено структуру потреб. Несумісність в структурі потреб може бути достатньою для цивілізаційного взаємонесприйняття. Згідно з пірамідою Джея Брайяна Неша, відмінність у дозвіллі може полягати в тому, що одна людина має потребу самореалізації в творчості, тоді як інша – ні. Це можна пояснити на такому прикладі. Якщо людина сприймає час, проведений на роботі, як втрачений; якщо вона не допускає безоплатне продовження роботи після

роботи (зароди власного задоволення); якщо після виходу на пенсію, вона не знає чим зайнятися, то в цієї людини не сформована потреба самореалізації в якомусь напрямі діяльності, потреба досягнути якихось змін у цьому напрямі діяльності. Така людина буде несумісною з тим, для кого робота і хобі співпадають.

Сформулюємо принцип поєднання окремих індивідів (подібно до поєднання хімічних елементів такі правила можна було б назвати правилами соціальної валентності). В усіх наведених прикладах поєднуються ті, хто має однакоvu ідентичність. Отже підставою для взаємопритягання у цьому контексті є не доповнення, а тотожність. Водночас компонент відмінності все ж відіграє роль у соціальному притяганні. Для прикладу, якщо дві особи зацікавлені в досягненні якоїсь спільної мети, то їм цікаво бути разом у тій мірі, в якій кожен з них може повідомити іншому те, що той не знає і в цьому контексті взаємодоповнення в односпрямованій діяльності притягає людей.

Знання щодо соціальної поєднуваності, нарис яких подано щойно, є практично важливими не тільки для працівників галузі туризму. Водночас, це напрям антропології, який є важливим кожній людині в її особистому житті.

**Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків.** На підставі виконаного дослідження можна зробити висновки і стосовно філософії, і стосовно галузі туризму. Щодо філософії доцільно зазначити таке.

Австрійський позитивіст, фахівець у галузі наукознавства Філіп Франк відзначив свого часу, що сформувався прислів'я – вчені знають багато про невелику кількість, тоді як філософи знають мало про велику кількість (пізнаваних об'єктів). Іншими словами (гіперболізуючи), для прикладу, фізик знає все про ніщо, тоді як філософ знає ніщо про все. Очевидно філософії треба відмовитись від прагнень охопити безмежність, і подібно до інших наук обмежитись вузькою онтологічною проблематикою, тобто знанням про світ як ціле, його загальних властивостей і законів, що призведе також до зменшення плутанини понять з філософіями різної всячини.

Щодо дисципліни *філософія туризму*, вона може мати сенс і користь для підприємця в галузі туризму тоді, коли міститиме знання, важливе для успіху його фахової діяльності. Це можуть бути соціально-психологічні знання щодо типології та поведінки туристів, знання з етики туризму, знання з оцінювання ступеню естетичної привабливості туристських приваб, отже, комплекс знань про людину, структура і наповненість якого повинна стати джерелом подальших досліджень. Одним з блоків таких знань повинно бути знання про типи людей та їхню поєднуваність.

**Література**

1. MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press, 1999. 221 p.
2. Azuma H. *Philosophy of the Tourist*. Urbanomic, 2023. 255 p.
3. Філософія туризму / за ред. В. С. Пазенка. Київ : Кондор, 2004. 268 с.
4. Філософські нариси туризму: науково-навчальне видання / за ред. д. філос. наук, професора, члена-кореспондента НАН України В. С. Пазенка. Київ : Український Центр духовної культури, 2005. 328 с.
5. Kosiewicz J. The anthropological background of the philosophical reflection on nature and tourism. *European Journal for Sport and Society*. 2008. Vol. 5 (2). P. 143–151.
6. *Philosophical Issues in Tourism* / Edited by John Tribe. Bristol, Buffalo, Toronto : Channel View Publications, 2009. 302 p.
7. Wang Y. Chinese philosophy and tourism development: a case study of Hangzhou. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 2011. Vol. 5. Iss 1. P. 92–100. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/17506181111111799>.
8. Graham M. S. Understanding tourism: once more Greek philosophy to the rescue. *Tourism Recreation Research*. 2015. 40:2. P. 262–264. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2015.1057000>.
9. Гринів О. Філософія туризму. Львів : ПАІС, 2017. 200 с.
10. Rosalina P. D. The Implementation of Hindu Philosophy "Tri Kaya Parisudha" for Sustainable Tourism in Munduk Village. *JUMPA*. Vol. 3, No 2. Januari 2017. P. 223–237.
11. Sharma N. P. Meditation Tourism, Buddhist Philosophy in Practice: A Case Study of Lumbini, Nepal. *The Gaze Journal of Tourism and Hospitality*. 2020. 11:1. P. 37–59.
12. Дуцяк І. З. Аналіз обґрунтованості концепції дисципліни філософія туризму // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід : матеріали XII Міжнар. наук. конференції присвяченої 15-річчю кафедри туризму, Львів, 12–14 жовтня 2018 р. Львів, 2018. С. 96–101.
13. Дуцяк І. З. Аналіз відношення між філософією і наукою засобами логіки. Вісник Львівського університету. Філософські науки. Львів, 2000. Вип. 2. С. 6–15.
14. Tyler D., Dangerfield J. M. Ecosystem Tourism: A Resource-based Philosophy for Ecotourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 1999. 7:2, P. 146–158. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/09669589908667332>.
15. Oktadiana H., Chon K. Educational philosophy: Grounding the tourism curriculum. *Annals of Tourism Research*. 2016. Vol. 57. P. 236–239. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2016.01.006>.
16. Pauline J. Sheldon, Roberto Daniele (eds.) *Social Entrepreneurship and Tourism. Philosophy and Practice*. Springer International Publishing, 2017. 332 p.
17. Andriotis K. Degrowth in tourism: conceptual, theoretical and philosophical issues. CABI, 2018.
18. Cohen E. The philosophical, ethical and theological groundings of tourism – an exploratory inquiry. *Journal*

*of Ecotourism*. 2018. URL: <https://doi.org/10.1080/14724049.2018.1522477>.

19. Serdane Z. Slow Philosophy in Tourism Development in Latvia: The Supply Side Perspective. *Tourism Planning & Development*. 2019. DOI:

10.1080/21568316.2019.1650103.

20. Sperling D. Suicide Tourism: Understanding the Legal. *Philosophical and Socio-Political Dimensions*. Oxford, United Kingdom : Oxford University Press, 2019. 188 p.

21. Ince E., Iscioglu D., Ozturen A. Impacts of Cittaslow philosophy on sustainable tourism development. 2020. DOI:10.1108/OHI-04-2020-0011.

22. Nash J. B. *Philosophy of Recreation and Leisure*. Saint Louis. 1953. 222 p.

**Анотація**

**Дуцяк І. З. Антропологічні аспекти філософії туризму. – Стаття.**

У результаті аналізу контекстів використання терміна «філософія туризму» виявлено такі основні значення: 1) розділ філософії (тобто знання для філософів); 2) інформація зі сфери туризму; 3) метафора (у значенні «загальні знання», «методологія», «концепція», «підхід», «принципи діяльності», «теорія», «основні ідеї»). У контексті аналізу стану та предмету «філософія туризму», обґрунтовано, що ця галузь знань повинна містити комплекс інформації, необхідної для успішного підприємництва в туризмі. Антропологія є одним із маловивчених блоків знань, необхідних споживачам філософії туризму. Предмет дослідження це ті властивості людей, які визначають їх сумісність. Така тема актуальна для значно ширшої сфери людської взаємодії, включаючи інтереси особистого життя. Мета статті розробити загальний підхід до типології людей, які є учасниками в туристичних взаємодіях і до оцінки їх сумісності. Для типологізації людей, які можуть бути об'єднані в туристську групу, беруться ті властивості людей, несумісність яких може призводити до дуже гострих конфліктів. До таких властивостей відносяться: 1) світоглядна приналежність; 2) рівень культури; 3) етнокультурна ідентичність; 4) соціально-економічні відмінності; 5) структура потреб (за парадигмою структури дозвілля, за пірамідою Джея Брайдана Неша). Це виправдано, що ті люди, які мають однакову ідентичність, поєднуються без конфлікту. Тому основою взаємного тяжіння в цьому контексті є не взаємодоповнюваність, а тотожність. У той же час компонент відмінності все ще відіграє роль у соціальній привабливості. Наприклад, якщо двоє людей зацікавлені в досягненні якоїсь спільної мети, то вони зацікавлені бути разом настільки, наскільки кожен з них може розповісти іншому те, чого він не знає, і в цьому контексті взаємодоповнення в односпрямованій діяльності приваблює людей. Обґрунтовано, що для правильного розуміння статусу та предмета філософії туризму важливо мати правильне пояснення предмета філософії.

**Ключові слова:** філософія туризму, філософська антропологія, типи туристів, соціальна сумісність (валентність), предмет філософії, предмет філософії туризму.

### Summary

#### **Dutsiak I. Z. Anthropological aspects of the philosophy of tourism. – Article.**

As a result of the analysis of the contexts of the use of the term "philosophy of tourism", the following main meanings were revealed: 1) the section of philosophy (that is, knowledge for philosophers); 2) information from the field of tourism; 3) metaphor (in the sense of "general knowledge", "methodology", "concept", "approach", "principles of activity", "theory", "main ideas"). In the context of the analysis of the status and subject "philosophy of tourism", it is justified that this branch of knowledge should contain a set of information necessary for successful entrepreneurship in tourism. Anthropology is one of the understudied blocks of knowledge needed by consumers of the philosophy of tourism. The subject of research is those properties of people that determine their compatibility. Such a topic is relevant for a much wider sphere of human interaction, including the interests of personal life. The purpose of the article is to develop a general approach to the typology of people who are participants in tourist interactions and to the assessment of their compatibility. To typologize

people who can be combined in a tourist group, those properties of people whose incompatibility can lead to very sharp conflicts are taken. Such properties include the following: 1) worldview affiliation; 2) level of culture; 3) ethno-cultural identity; 4) socioeconomic differences; 5) the structure of needs (according to the paradigm of the leisure structure, according to Jay Brian Nash's pyramid). It is justified that those people who have the same identity combine without conflict. Therefore, the basis for mutual attraction in this context is not complementarity, but identity. At the same time, the difference component still plays a role in social attraction. For example, if two people are interested in achieving some common goal, then they are interested in being together to the extent that each of them can tell the other what he does not know, and in this context, mutual complementarity in unidirectional activity attracts people. It is justified that for a correct understanding of the status and subject of the philosophy of tourism, it is important to have a correct explanation of the subject of philosophy.

*Key words:* philosophy of tourism, philosophical anthropology, types of tourists, social compatibility (valence), subject of philosophy, subject of philosophy of tourism.