

УДК 379.85:338.482.22

DOI: [https://doi.org/10.32461/2226-](https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2020.220339)

3209.2.2020.220339

Цитування:

Дичковський С. І. Культурний туризм індустріальної епохи: глобальні та локальні перспективи. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал.* 2020. № 2. С. 17-26.

Dychkovskyy S. (2020). Cultural tourism of the industrial age: global and local perspectives. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 2, 17-26. [in Ukrainian].

Дичковський Степан Іванович,
кандидат педагогічних наук, доцент,
директор Інституту практичної культурології
та арт-менеджменту
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4771-4521>
227@ukr.net

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕПОХИ: ГЛОБАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Мета роботи. Полягає в дослідженні тенденцій розвитку культурного туризму індустріальної епохи. **Методологія** дослідження передбачає застосування історичного, бібліографічного та аналітичного методів. **Наукова новизна** роботи полягає в обґрунтуванні доцільності та застосування нової концепції культурного туризму, зі створенням ще більш спеціалізованих форм туризму, одна з яких, а саме творчий або креативний туризм. **Висновки.** Дослідження проблем у межах культурного туризму вимагає використання міждисциплінарного підходу, який набуває своїх чітких рис при виборі предмета дослідження. Проблеми взаємодії культури і туризму, культурні траєкторії сучасного туризму слугують структурою для аналізу побудови ідентичності і мультикультуралізму. Соціокультурні практики сучасного туризму, що розвиваються в контексті світових глокальних процесів, дали можливість системно проаналізувати і намітити шляхи позитивної практичної реалізації його явних і прихованих можливостей.

Ключові слова: культурний туризм, індустріальна епоха, бренд, посмодернові туристи, індустрія послуг, мультикультуралізм.

Дычковский Степан Иванович, кандидат педагогических наук, доцент, директор Института практической культурологии и арт менеджмента Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Культурный туризм индустриальной эпохи: глобальные и локальные перспективы

Цель работы – исследование тенденций развития культурного туризма индустриальной эпохи. **Методология** исследования предусматривает применение исторического, библиографического и аналитического методов. **Научная новизна** работы заключается в обосновании целесообразности и применения новой концепции культурного туризма, с созданием еще более специализированных форм туризма, одна из которых, а именно творческий или креативный туризм. **Выводы.** Исследование проблем в рамках культурного туризма требует использования междисциплинарного подхода, который приобретает свои четкие черты при выборе предмета исследования. Проблемы взаимодействия культуры и туризма, культурные траектории современного туризма служат структурой для анализа построения идентичности и мультикультуралізма. Социокультурные практики современного туризма, развиваются в контексте мировых глокальных процессов, позволили системно проанализировать и наметить пути положительной практической реализации его явных и скрытых возможностей.

Ключевые слова: культурный туризм, индустриальная эпоха, бренд, посмодерновы туристы, индустрия услуг, мультикультуралізм.

Dychkovskyy Stepan, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor/Director of the Institute of Practical Cultural Studies and Art Management the National Academy of Culture and the Arts Management

Cultural tourism of the industrial age: global and local perspectives

The purpose of the article consists of the study of trends in the development of cultural tourism of the industrial era. **The methodology** is the application of historical, bibliographic, and analytical methods. **The scientific novelty** of the work is to justify the appropriateness and application of the new concept of cultural tourism, with the creation of even more specialized forms of tourism, one of which, namely creative or creative tourism. **Conclusions.** The study of problems within the framework of cultural tourism requires the use of an interdisciplinary approach, which acquires its clear features when choosing a subject of study. The problems of the interaction of culture and tourism, the cultural trajectories of modern tourism serve as a structure for analyzing the construction of identity and multiculturalism. The socio-cultural practices of modern tourism, developed in the context of global glocal processes, allowed us to systematically analyze and outline the paths for the positive practical implementation of its explicit and hidden capabilities.

Key words: cultural tourism, industrial era, brand, post-modern tourists, services industry, multiculturalism.

Актуальність теми дослідження. Усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширює перспективи розвитку культурного туризму як чинника регіонального розвитку в умовах глобалізації. Це пов'язано з необхідністю розглядати туризм з позицій культурологічного підходу, оскільки з переважно економічного явища туристична діяльність перетворюється в соціальний і культурний феномен [2, 62-64]. Культурологічний підхід обґрунтовує важливу роль культурно-пізнавальної діяльності та рекреації під час подорожі, визнає необхідність створення умов для реалізації власне культурних потреб людини в пізнанні історії, релігії, традицій, особливостей способу і стилю життя, культури інших народів [1]. Культурний туризм став світовим соціокультурним феноменом зі своєю гуманітарною і глобальною місією, оскільки привернув увагу світової громадськості до проблем національних етнокультур, культурної самобутності та культурного різноманіття [3].

Аналіз досліджень і публікацій. Ряд закордонних публікацій присвячений тим чи тим складовим культурного продукту туристської індустрії та аспектам взаємодії туризму і культури, які поєднуючись, утворюють культурний туризм. Зокрема, на думку австралійського дослідника Д. Тросбі, культурним продуктам властиві такі характеристики, як: автентична цінність; духовна цінність; соціальна цінність; історична цінність; символічна цінність [24]. При цьому саме культурний туризм має найбільш тісні відносини з культурними практиками і способом життя приймаючих спільнот [41]. Та орієнтований на індивідуальні вимоги споживачів, оскільки «...турист досягає рівня особистої трансформації в результаті свого візиту в символічно значимий пункт призначення» [43]. Втім, туризм може діяти негативно, впливаючи на культуру місцевої громади, і переорієнтовуючи її з сільсько-сподарського виробництва на індустрію послуг.

У більшості країн світу культурний туризм тісно пов'язаний з освоєнням матеріальної спадщини: відвідування історичних будівель та місць, музеїв, галерей мистецтв, замків, церков тощо. Але, якщо ми розглядаємо спадщину як культурний ресурс туризму, ми також повинні враховувати нематеріальний аспект спадщини та елементи творчої складової культурного продукту туристської індустрії [38, 1225–1253.]. Культурна спадщина може використовуватися в туристичній діяльності як символічний капітал [26].

Автор книги «Дослідження культурного туризму» Мелані К. Сміт, узагальнюючи різноманітність практик та тенденцій культурного туризму, особливо виділяє відвідання об'єктів світової культурної

спадщини, міський туризм, подієвий та фестивальний туризм [44]. Розглядаючи вплив культурного туризму на розвиток країн і традиційних суспільств, дослідниця приділяє значну увагу соціокультурним впливам туризму і приходять до висновку, що деякі регіони світу можуть уникнути його розповсюдження. На противагу цьому, розвиток культурного туризму на Європейському континенті сприяв збереженню культурної спадщини, презентації національної та місцевої ідентичності в умовах мультикультуралізму і поліетнічності. Мелані Сміт відзначає важливість культурної політики країн Європейського Союзу щодо розвитку культурного туризму, визнання єдиної стратегії збереження культурної спадщини, співпраці між підприємствами сфери туризму на всіх рівнях.

У працях американських вчених відображений переважно тісний взаємозв'язок аспектів культури, туризму та економіки [25, 21–46.], проблематика управління культурними ресурсами та якістю культурного туризму [42], сутність та історія розвитку культурного туризму, філософське осмислення та культурні основи туризму [27].

За переконанням російської дослідниці М.Д. Сушинської, культурний туризм тривалий період розвивався за законами масового індустріального виробництва, а домінуючими моделями були: модель споживання і модель спадщини. Для моделі споживання характерні підвищена увага до технологій обслуговування, підвищення комфортності перебування в місцях знайомства з культурними пам'ятками, постійне розширення списку відвідуваних місць. Це, в свою чергу, проявлялося у поширенні уніфікованих «пакетів» туристичних товарів і послуг, домінування пасивної ролі туристів в якості глядачів та одержувачів вторинної інформації (від посередників – гідів) і вербально-візуальної форми пізнавальної діяльності (екскурсія), що спричиняло утворення дистанції між туристами і носіями культури, з якою вони знайомилися. Для панування традиційної моделі спадщини в культурному туризмі основним імперативом стало відношення до культури як набору культурно-історичних цінностей, які мали популяризуватися через культурний туризм. Таке ставлення до культурного туризму, як до засобу освіти, обумовило ряд вимог до організації пізнавальної діяльності туриста: визначні пам'ятки мали бути автентичні і в добре збереженому стані, туризм спадщини найкраще розвивати серед пам'яток культури і музейних експонатів, а цікаві культурні об'єкти, але менш презентабельні, залишалися поза увагою. Відбувалося, формування двох сторін «однієї медалі» – культурний туризм індустріальної епохи [23].

Вважається, що виділення культурного туризму в специфічний вид туристської активності відбулося в другій половині ХХ ст., коли сформувалася окрема категорія людей, які подорожували з метою не лише знайомства, але кращого усвідомлення культури й культурної спадщини окремих країн і регіонів [36]. Причому об'єктами культурного туризму декларувалися не лише культурні ландшафти місцевості, мистецтво, культурна та історична спадщина, але і спосіб життя людей, що проживають у даному регіоні, традиції, соціальне середовище.

В офіційних матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики поняття «культурний туризм» («cultural tourism») уперше на міжнародному рівні використано в 1982 році [10]. На думку, деяких науковців, зростання ролі культурного туризму в 80-х роках минулого століття було спричинено процесами недофінансування культури в Європі, оскільки державні субсидії на культуру зменшилися і здійснювалися пошуки нових альтернативних способів фінансування. В цей час, у багатьох державах, туризм став розглядатися як прекрасна можливість знайти інше джерело фінансування для культурних програм, при умові, що вони повинні адаптуватися до цих нових, змінених обставин [33, 259–266].

Започаткування таких загальноєвропейських культурних проектів, як «Європейська столиця культури» («European City of Culture»), програма «Культурні маршрути», сприяли становленню сучасної культурної політики ЄС за стратегічними напрямками: культурна спадщина, міжкультурний діалог, розвиток культурних і креативних індустрій. Метою міжурядового проекту «European City of Culture» було проголошено сприяння поглибленій культурній взаємодії шляхом промоції європейської ідентичності та формування образу-іміджу європейської спільноти як єдиного соціокультурного простору. Міста для проекту «Європейська столиця культури», що розпочався в 1985 році з Афін, обираються на основі культурних програм, які обов'язково повинні мати чітку європейську спрямованість, стимулювати залучення мешканців у культурні проекти і приносити користь місту у довгостроковій перспективі. Програма «Культурні маршрути», заснована Радою Європи в 1987 році, мала продемонструвати внесок різних європейських країн і культур в спільну культурну спадщину та сприяти підтримці культурного туризму. «Культурні маршрути» є частиною розвинутої мережі, яка забезпечує взаємодію між національними, регіональними та місцевими органами влади, широким колом асоціацій та представників бізнесу та сприяє залученню

відомих туристичних центрів й розвитку нових туристичних дестинацій [17].

За умов зростання кількості людей з вищою освітою, перенасиченості монотонними туристичними пропозиціями у 80-х роках ХХ століття з'являється новий тип мандрівників: постмодернові туристи. Постмодерне суспільство сприяло розширенню альтернативних тенденцій в подорожах, які надавали споживачам ширший спектр можливостей для самоактуалізації, серед яких основними стали досвід нових вражень, активні види дозвілля та освіта. Постмодернові туристи керувалися індивідуальними інтересами, цікавилися різноманітністю місцевих культур і очікували пригод та переживань [35]. Працівники культурного сектору запропонували якісні культурні програми і туристичні пропозиції зазнали переформування відповідно до форм спеціалізованого туризму. Тому в 80-х роках ХХ століття культурний туризм стає одним із ключових предметів в академічному дослідженні культури. Це мало забезпечити оптимальні способи використання культурних ресурсів в туризмі та якість туристичних пропозицій, а також захист й збереження матеріальної та нематеріальної культури як вираження ідентичності місцевої громади. Особливого поширення цей вид туризму набув у містах, які приваблюють значні туристичні потоки.

Багато об'єктів, яких раніше не можна було знайти на туристичних картах, стали спеціалізованими туристичними напрямками завдяки ринковій ніші культурного туризму, а культурні установи, які мали потенційний культурний продукт, перетворили його на пізнаваний бренд. В подальшому, культурні заходи під егідою Євросоюзу, такі як: програма «Калейдоскоп», спрямована на сприяння художній творчості європейського масштабу, програма збереження культурної спадщини «Рафаель», програми «Культура 2000» і «Культура», «Креативна Європа» стимулювали обмін досвідом, сприяли розширенню доступу громадян Європи до культурної спадщини, до європейських музеїв та належного ставлення до пам'яток культури [13]. В межах програми «Рафаель» проводилися роботи щодо відновлення та збереження культурних пам'яток, археологічних об'єктів, архітектурних пам'яток й культурних ландшафтів. Завданням програми «Культура» стало створення в Європі єдиного культурного простору, заснованого спільній культурно-історичній спадщині. З метою налагодження діалогу із східними партнерами, вшанування європейського культурного надбання і традицій та збільшення доступу суспільства до нього була реалізована програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» [19, 152–157].

Зростання конкуренції, розширеної диференціації і сегментації попиту, необхідності розширення туристського пропозиції, економічної диверсифікації, в міжнародному туризмі, призвели до того, що крім традиційного культурно-пізнавального туризму в практику увійшли наступні підвиди культурного туризму: культурно-історичний, культурно-подієвий, культурно-археологічний, культурно-етнографічний, культурно-етнічний, культурно-релігійний, культурно-антропологічний, культурно-екологічний та інші підвиди [18, 128–147].

У культурному полі, утвореному за рахунок зростання споживачів культурних продуктів, відбувся розвиток ряду дискретних сегментів ринку культурного туризму. Серед найбільш важливих факторів нової ринкової ніші, які безпосередньо впливали на розвиток підвидів культурного туризму стали: падіння попиту на пакетні тури і великий тиск індивідуальних турів; старіння суспільства, зменшення кількості промислових робітників, що актуалізувало нові форми культурно-пізнавальних поїздок; конкуренція нових і старих цінностей, що змінило співвідношення попиту на дешеві і дорогі пропозиції; скорочення дозвілля, але вдосконалення транспортного сполучення; зростання продуктивності інформаційних технологій та пошукових послуг; відкриття нових туристичних напрямків; зменшення куточків незайманої природи та посилення ролі культурних маршрутів; поширення міжкультурних конфліктів, але й підтримка на державному рівні туризму й культури, як джерел доходу [46].

Великий масив охоплення явищ в культурному туризмі відбивається у значній кількості різних його дефініцій. Одна з найбільш авторитетних організацій у сфері культури - Міжнародна рада з охорони пам'яток та визначних місць (ICOMOS). У Хартії по культурному туризму, визначає культурний туризм, як форму туризму, яка «базується на цінностях і характеристиках спадщини місцевості та присвячена поширенню й роз'ясненню культурної ідеї» [31, 3]. Тобто наголошується на таких основних гуманітарних функціях культурного туризму: культурно-пізнавальна, освітня, пам'ятко-охоронна, комунікаційна. У визначенні Канадського відділення ICOMOS спектр можливостей і напрямків культурного туризму дещо звужується, оскільки його діяльність концентрується навколо подій художнього мистецтва, культурних фестивалів, музеїв та інших визначних пам'яток спадщини, комітет культурного туризму британського відділення ICOMOS акцентує увагу на можливостях культурного туризму залучати до дослідження життєвого досвіду інших людей, що

відображає їх соціальні звичаї, релігійні традиції і інтелектуальні ідеї їх культурної спадщини.

Втім, якщо раніше культурний туризм асоціювався виключно з діяльністю, пов'язаною з «високою» культурою», то зараз він включає в себе широкий діапазон активності: від знайомства з класичними пам'ятниками історії до включення в повсякденне життя місцевих громад [29].

Грег Річардс визначає культурний туризм як рух людей, що перебувають у місцях зосередження культурних пам'яток, далеко від їх звичайного місця проживання з наміром отримати нову інформацію та досвід, щоб задовольнити свої культурні потреби [39, 16–32.]. Для багатьох країн та регіонів культурний туризм розглядається як бажаний напрямок, оскільки це ринок великого обсягу, що включає в себе загалом високі витрати, залучення високоосвічених осіб, які стимулюють культурну активність у місці призначення. Тому, щоб досягти успіху на цьому ринку, регіони не лише повинні мати достатню кількість культурних пам'яток та подій, але також повинні усвідомлювати складнощі жорсткої міжнародної конкуренції, що вимагає чіткого розуміння структури та потреб ринку культурного туризму, а також розробки культурних продуктів, які можуть задовольнити попит на ринку. Основними якісними чинниками культурного туризму можна назвати: зростання інтересу до "повсякденної культури" місця призначення; зростання споживання нематеріальної спадщини поряд з музеями і пам'ятками. Втім, маршрути культурного туризму в значній мірі залежать не лише від наявності матеріальної й нематеріальної спадщини, але бажання місцевих жителів поділитися своїми традиціями, звичаями та ремеслами [40].

У матеріалах Міжнародної конвенції ЮНЕСКО «Про охорону нематеріальної культурної спадщини» культурний туризм визначається як форма туризму, мета якого полягає в ознайомленні з культурою і культурним середовищем місця відвідування, включаючи ландшафт, знайомство з традиціями жителів і їх способом життя, художньою культурою і мистецтвом, різними формами проведення дозвілля місцевих жителів. Культурний туризм може включати відвідування культурних заходів, музеїв, об'єктів культурної спадщини, контакти з місцевими жителями [32].

У залежності від пріоритету і обсягу споживання культурних благ виділяють декілька рівнів культурного туризму: професійний культурний туризм, заснований на професійних контактах; спеціалізований культурний туризм (основною метою туриста є задоволення культурних потреб); неспеціалізований культурний туризм (споживання культурних благ є невід'ємною та істотною, але не основною

метою туризму); супутній культурний туризм (туристи, що мають основною метою відвідування - діловий, освітній, науковий, спортивний туризм, можуть доповнювати програму перебування споживанням культурних благ); культурний квазітуризм, до якого відносять переміщення резидентів даної місцевості, одним з мотивів якого є споживання культурних благ [8, 144–145].

В умовах поглиблення процесів глобалізації та створенню єдиного інформаційного простору, культурний туризм вийшов на новий етап розвитку, що дозволило деяким авторам виділити технічний та концептуальний підходи до розгляду всієї системи організації, забезпечення і обслуговування туристичних поїздок. Перший ґрунтується на понятті культури як продукту та описує типи дестинацій, що приймають потоки культурних туристів, а другий підхід, описує мотиви культурних туристів, що лежать в основі відвідування культурних об'єктів [14].

Свою чергою, деякі дослідники вважають, що будь-який вид туризму, в певній мірі є культурним, оскільки протягом всієї поїздки турист відчуває вплив незвичного соціокультурного середовища. В сучасних умовах культурний туризм є частиною сфери соціальних послуг, в тому числі ефективним способом адаптації людини і виражає рівень сприйняття і усвідомлення навколишньої дійсності [11].

Багатство ж культурної спадщини може використовуватися шляхом створення доданої вартості існуючими культурними вартостями. Цього можна досягти за допомогою туризму. Саме культурний туризм охоплює такі види туризму як «туризм спадщини» і «видовищний туризм», а продукт культурного туризму є багато сегментним, який включає і культурну спадщину, і музеї, і видовищні чи мистецькі заходи. Б. Мак-Керхер і Г. Крос, залежно від мотивації подорожі, запропонували таку класифікацію «культурних туристів» [36]: «цілеспрямований», «оглядово-орієнтований», «опосередкований», «випадковий» культурний турист і «квазікультурний» турист, в яких культурний досвід змінюється відсистематизованого до уривчастого. Проте у всіх культурних туристів особливості місця перебування викликають нові враження і емоційні переживання, але більш досвідчені мандрівники пред'являють більш високі вимоги до ступеня достовірності об'єктів і явищ культури, в той час, як менш досвідчених питання автентичності цікавить в меншій ступені.

Цілеспрямований культурний турист, порівнянно з "специфічним" культурним туристом представлений Річардсом [30, 34] цілком мотивований культурою при відвідуванні визначеного місця призначення або культурної привабливості та глибокого досвіду. Екскурсійний культурний турист головним чином

мотивований з культурних міркувань; теж, проте цей досвід залишається більш мілким. Постійний культурний турист не планує подорожувати за культурними мотивами, але після участі він все ще має глибокий культурний досвід. Повсякденний культурний турист пропонує лише слабким мотивом відвідування визначеної культурної привабливості або місця призначення, і в результаті цей досвід залишається неглибоким. Нарешті, випадковий культурний турист взагалі не подорожує з міркувань культурного туризму, інколи вони опиняються у певній культурній діяльності, вони, як правило, залишаються неглибокими.

Стеббінс робить акцент на характеристиках «загальнокультурного і спеціалізованого туристів». «Загальнокультурний турист» захоплюється відвідуванням різних географічних об'єктів та накопичує знання й досвід, які включаються у набір особистих узагальнень про зарубіжні культури. Це зростаюче культурне знання доповнюється практичними знаннями, включаючи взаємодію з місцевими людьми. Втім, як культурні, так і практичні знання цього туриста мають еkleктичний характер, що, зазвичай складається з ідей про місцеві мистецтва, народні звичаї, спосіб життя та історії. періодично розширені у порівнянні з географічними місцями відвідали раніше. «Спеціалізований культурний турист» орієнтований на невелику кількість географічних об'єктів чи культурних об'єктів. Цей турист неодноразово відвідує певне місто, регіон чи країну в пошуках більш глибокого культурного розуміння місця чи знайомства з певними зразками мистецтва, архітектури, видами музеїв [45, 948–950].

У дослідженнях культурного туризму Баррі Лорда виділяється три категорії продуктів культурного туризму: на базі закладів культури, на базі способу життя / спадщини, на базі подій [34]. Свої класифікації об'єктів культурного туризму за базовим ресурсом пропонують дослідниці культурного туризму А. Степанчук та О. Єгорова. До об'єктів культурного туризму на базі матеріальної культурної спадщини відносяться музеї, галереї, театри, пам'ятники історії і культури, центри науки і мистецтв; до об'єктів культурного туризму на базі нематеріальної культурної спадщини відносяться музеї під відкритим небом та культурно - креативні простори; до об'єктів культурного туризму подієвого характеру відносяться фестивалі, ярмарки, карнавали, традиційні та сезонні свята, виставки, святкування пам'ятних дат [22, 72–81]. Туристичним ресурсом в контексті культурного туризму можна вважати наявність об'єктів культури, унікальних історико-культурних комплексів, що представляють твори архітектури, скульптури і живопису, археологічні знахідки, фестивалі народного мистецтва,

рукотворні творіння естетики, етнології чи антропології [9].

Просліджуючи трансформацію цінностей у масовій культурі та засоби культивування цінностей культури в туризмі кінця ХХ – початку ХХІ століть, вітчизняна дослідниця Г.А.Гарбар розглядає туризм як поле, де в процесі споживання виникають нові значення в залежності від потреб та індивідуального розвитку особистості, і зазначає, що культурний туризм як культурна практика може розглядатися як контркультура в масовій культурі, що трансформується та стає все більш орієнтованою на самореалізацію особистості [6, 140–148]. Як один з проявів тенденцій глобалізації, що призводять до виникнення інноваційних феноменів, «культурний туризм» відкриває нові можливості об'єднання людей, що належать як до єдиної, так і до різних культур, шляхом виявлення спільних інтересів та єдиних взаємодій [7]. Найважливішим для розуміння культурного розвитку в цілому, і культурного туризму, зокрема, Марина Будько вважає зрушення акценту з традиційного уявлення про «ресурси для культури» на «культуру як ресурс». Тому для української культурології та туристики все більш актуальною стає розробка теоретичних основ вивчення культурного туризму як форми дозвілля, аналіз його ролі як засобу акультурації і інкультурації особистості, вивчення культурно-пізнавальних інтересів людей як стимулу необхідних організаційних заходів з розвитку культурного туризму та збереження культурно-історичного спадщини [5, 468–481].

Мета статті – полягає в дослідженні тенденцій розвитку культурного туризму індустріальної епохи.

Культурний туризм як певний тип культурних практик становить ефективний засіб конструювання і поширення національної ідентичності. Під культурним туризмом слід розуміти вид виробництва послуг, який базується на продажі відповідним чином організованої культурної інформації, що споживається туристами. Прокладаючи туристичні маршрути, національні еліти витворюють канон культурних пам'яток, інституцій, інших об'єктів, за якими закріплюється статус святинь і які стають культурними брендами, що репрезентують націю [21, 91–93].

Виклад основного матеріалу. Саме проблема формування цілісності загальнонаціонального культурно-комунікаційного простору, спільної історичної пам'яті, подолання взаємних негативних стереотипів між регіональними та етнічними групами, є одним із стратегічних завдань державної політики у гуманітарній сфері, та зумовлена сучасними процесами формування загальнонаціональної ідентичності громадян України. Культурний туризм виступає одним із

засобів інформування громадян про інші регіони України та нівеляції стереотипів [15]. Українська держава має наслідувати політику Європейського Союзу щодо культурного туризму, для якої характерним є визнання: туризму, як чиннику стимулювання місцевих ремесел, створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці; туризму як чиннику актуалізації культурної та архітектурної спадщини і джерело фінансових надходжень на охорону і реставрацію; туризму як фактору міжетнічної толерантності, спосіб осягнення іншої культури. І тому для більшості українських регіонів орієнтація на культурний туризм стає однією з реальних можливостей економічного, соціального й культурного піднесення. Культурний туризм став головним сегментом у більшості туристичних напрямків, однак останнім часом увага перемістилася з суто кількісного зростання попиту на споживання культурних та визначних пам'яток до якісних змін у характері цього попиту, в основі якого знаходиться можливість пізнати через оточення нові смисли, оцінити контекст (відчутти атмосферу місця), іншими словами, пізнати культуру місця і його жителів [4, 169–179].

Серед ключових напрямів руху в цих сферах в Україні можна визначити культурну децентралізацію і утворення нових центрів тяжіння, що приваблюватимуть туристів і гравців ринку, зростання запиту на локальний культурний туристичний продукт, поява нових "аніматорів культури", ревіталізацію та популяризацію "третіх місць". Успішному розвитку культурного туризму в Україні бракує інформаційної підтримки громадських культурних ініціатив. Зокрема, проєкт *Ukrainer* частково виник з ідеї про те, що усі культурно-туристичні місця роблять звичайні люди, що не бояться займатися невеличкими замками, театрами, сироварнями, фестивалями тощо. Збереженням культурних пам'яток в Україні методами фотограметрії та інтелектуального моделювання займається команда *Pixelated Realities*. Громадська організація створює проєкти у віртуальній реальності, в яких можна прогулятися в часі і просторі українських та іноземних міст. До формування медіатеки важливої архітектури та історичних локацій, як Поштова площа, залучають геодезистів, архітекторів, урбаністів, а обчислення 3D моделей *Pixelated Realities* здійснюють разом з Інститутом кібернетики НАН [20].

На жаль, культурний туризм в Україні перебуває в процесі становлення і його розвитку не приділяється достатньої уваги з боку держави, а декларування і прийняття постанов й законів не вирішує цю проблему. В Україні тривалий час використовуються одні й ті самі "натопані шляхи" – Умань із Софіївкою, Львів із "Золотою

підковою», Кам'янець-Подільський, Чернігів, гоголівські, шевченківські місця та ін. Та й столиця нашої держави – Київ, по суті, місто-музей, має дуже шаблонний набір маршрутів культурного туризму, вважає В.В. Кулік [15].

Найбільш перспективним для розвитку культурного туризму в Україні є Карпатський регіон, вважає Н.Кіндрачук, оскільки має вигідне географічне розташування; багату історичну та архітектурну спадщину; самобутню культуру та добре збережені автентичні народні промисли та ремесла [12, 89–92]. Серед звичаїв і традицій найбільш поширеними в Українських Карпатах є проводи на полонину, гуцульське весілля та релігійні календарні свята, зокрема Різдво з новорічно-різдвяними колядками та щедрівками. Близькість до таких міст як Львів, Коломия та Косів, Мукачєво та Рахів- центр і в культурно-мистецьких заходів, де найбільше збереглися самобутні традиції народних промислів, привертає значні потоки туристів та дозволяє пропонувати різноманітні туристичні маршрути. Кожен регіон Українських Карпат славиться своїми фестивалями, що також відіграють важливу роль в розвитку культурного туризму. Серед найбільш відомих – традиційний «Гуцульський фестиваль», який неодмінно відбувається на території проживання етнічних гуцулів, гастрономічні фестивалі «Гуцульська бринза» та «Угорчанська лоза».

Дослідження проблем в рамках культурного туризму вимагає використання міждисциплінарного підходу, який набуває свої чіткі риси при виборі предмета дослідження. Проблеми взаємодії культури і туризму, культурні траєкторії сучасного туризму служать структурою для аналізу побудови ідентичності і мультикультуралізму. Соціокультурні практики сучасного туризму, що розвивається в контексті світових глобальних процесів, дають можливість системно проаналізувати і намітити шляхи позитивної практичної реалізації його явних і прихованих можливостей. У провідних західних країнах як засоби формування ідентичності і престижу розглядаються головним чином споживання і «показні цінності» - соціально сконструйований престиж. Вони стають більш важливими, ніж «споживчі цінності» або «обмінні цінності». Зокрема, М. Саруп вважає, що ринкові відносини пропонують інструменти, що створюють ідентичність, за допомогою яких кожен може дотримуватися принципу «зроби себе сам». Ж. Бодрійяр вважає, що індивіди загнані в своєрідну пастку – світ образів або «гіпер реальності», створюваний, головним чином, телебаченням і ЗМІ, де вигадку і реальність практично неможливо розрізнити. Сфера туризму відноситься до тих областей життєдіяльності, де міфи, фантазії, «гіпер реальність» поведінка клієнтів максимально

моделюється і використовується агентами. Туризм в сучасних дослідженнях розглядається як одна з найбільш впливових світових індустрій, і вона є переважно західним явищем, де єдина роль, яка відводиться «периферійним» країнам – це приймати, а не генерувати. Багато теоретиків описують туризм як нову форму імперіалізму. Так, М. Саруп описує подорожі і туризм в менш розвинені країни, використовуючи терміни «свої» і «інші». Туризм – явище фізичне і метафоричне. Подорож - це метафора, тому відноситься до переміщення з знайомого центру до екзотичної периферії. Туризм – це також метафора при розгляді його з західної точки зору. Матеріально забезпечені люди отримують задоволення від спостереження за екзотикою, за відмінностями між ними і «іншими». На думку М. Сміт, подорож стає все більш поширеним способом виявлення власної ідентичності. Соціокультурні практики туризму сьогодні інтенсивно змінюють картини світового розвитку. В історії туризму настає новий період «культурних подорожей» (cultural travel). Еволюція туризму з його універсальним досвідом може бути осмислена як шлях від мандрівника до туриста і знову до мандрівника, але вже якісно іншого. Сучасний туризм є формою самореалізації і самоствердження людини, що виникла в синтезі індивідуальних сприйнятів і колективного досвіду. Людина, яка повернулася з подорожі, інакше, ніж раніше, сприймає звичний для неї повсякденний світ; нові знання, відчуття, уявлення в своїй кількісній сукупності призводять до світоглядних змін.

Наукова новизна полягає у обґрунтуванні доцільності та застосування нової концепції культурного туризму, зі створенням ще більш спеціалізованих форм туризму, одна з яких, а саме творчий або креативний туризм.

Висновки. Мистецтво є надзвичайно важливий компонент туристського продукту, а культурний туризм заснований на досвіді, відповідно до якого туристи стають залученими в творчий процес, стимулюючими представленими їм заходами. Туризм може якісно покращувати процеси організації та проведення ігор, фестивалів, конкурсів, виставок, надаючи їм естетичність і вносячи їх в історичний літопис міста. Фестивалі та святкові події відіграють важливу роль у розвитку культурного туризму. Вони більш доступні для масового глядача, оскільки проводяться на відкритих майданчиках, пропонують можливість вибору і сприймаються як живе та щире свято, надихаючи й на власне творче самовдосконалення.

Література

1. TOURISM. Amsterdam, 2007. Алхутов А. В. Туризм как способ взаимодействия культур :

автор. дис. на соискание ученой степени кандидата культурологии : спец. 24.00.01 «Теория и история культуры». Краснодар, 2009. 23 с.

2. Барна М. Ю. Концептуальні підходи до розвитку культурного туризму // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали наук. конф. (м. Львів, 11-12 травня 2017 р.). Львів: ЛТЕУ, 2017. С. 62–64.

3. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України // Культура України : зб. наук. пр. / М-во культури України, Харків. держ. акад. культури. Харків, 2010. Вип. 32. С. 169–179

4. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України // Культура України : зб. наук. пр. / М-во культури України, Харків. держ. акад. культури. Харків, 2010. Вип. 32. С. 169–179.

5. Будько М. Туризм как сигнификативная модальность социокультурных изменений // *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*. 2010. № 16. С. 468–481.

6. Гарбар Г. А. Культурний туризм в контексті масової культури // Гуманітарний вісник ЗДІА. 2013. № 56. С. 140–148.

7. Голозубов О. В. Радість і сміх у культурних практиках постмодерну: філософсько-антропологічні виміри : автор. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філос. наук : спец. 09.00.04 «Філософська антропологія, філософія культури». Харків, 2010. 36 с.

8. Гордин В., Сущинская М., Яцкевич М. Теоретические и практические подходы к развитию туризма // Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. СПб. : СПб ГУЭФ, 2001. С. 144–145.

9. Егорова Е. Н. Ресурсная база культурного туризма: традиции, современное состояние // Общество: философия, история, культура. 2017. № 12. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/resursnaya-baza-kulturnogo-turizma-traditsii-sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения : 31.08.2018).

10. Збереження культурної спадщини всіх віків : рекомендація № 36 Всесвітньої конференції щодо політики у сфері культури. URL : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_744 (дата звернення : 10.01.2020).

11. Карамашева А. А. Культурный туризм и его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации : автор. дис. ... канд. культурол. наук / Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ. Москва, 2004. 25 с. URL: <http://cheloveknauka.com/kulturnyy-turizm-i-ego-znachenie-v-sotsiokulturnom-razviti-i-regionov-v-usloviyah-globalizatsii#ixzz5OAbcD8CD> (дата обращения : 27.02.2019).

12. Кіндрачук Н. М. Значення традицій та звичаїв для розвитку культурного туризму в Карпатському регіоні України // Рекреаційний потенціал Прикарпаття : історія, сучасний стан, перспективи : Туризм і розвиток регіону : матеріали міжнар. наук. конф. присвяченої 10-річчю створення Інституту туризму (Івано-Франківськ, 19–20 вересня 2013 р.) / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника; гол. редкол. проф. В. Клапчук. Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. Вип. 4. С. 89–92.

13. Кост Б, Піскорська Г. Культурні проекти як інструмент зовнішньої політики. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3134 (дата звернення: 09.08.2019).

14. Красная С. А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития : дис. ... канд. культурологии. Москва, 2006. 165 с. URL : <http://cheloveknauka.com/kulturnyy-turizm#ixzz5OAdB7iak> (дата обращения : 23.01.2020).

15. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. URL : // http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm (дата звернення : 20.02.2020).

16. Кулік В. В. Культурний туризм як компонент соціокультурної діяльності. URL : http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_76/Kulik.pdf (дата звернення : 04.02.2020).

17. Культурні маршрути Ради Європи. URL: http://zotic.zp.ua/wp-content/uploads/2018/05/CR_leaflet_UKR_201803.pdf (дата звернення: 09.08.2019).

18. Мошняга Е. В. Международный культурный туризм как фактор межкультурной коммуникации // Научные труды Московского гуманитарно го университета. 2005. Вып. 55. С. 128–147.

19. Погорелова І. С. Культурна спадщина як складова культурної політики Європейського Союзу // Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку : матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., КНЕУ, 16 березня 2018 р. С. 152–157. URL : https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/kreit/2018/confurbiznes18.pdf (дата звернення : 25.02.2019).

20. Потенціали 2017: крафт і культурний туризм. URL : https://biggggidea.com/practices/Craft_Culttourism/ (дата звернення : 20.02.2020).

21. Пронкевич О. В. Культурний туризм і «винайдення» Іспанії // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». 2009. Т. 124. Вип. 111. С. 91–93.

22. Степанчук А. В. Сохранение, развитие и демонстрация ремесел, как частине материального культурного наследия в объектах культурного туризма // Известия КазГАСУ. 2015. № 4 (34). С. 72–81.

23. Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-modeli-turizma-vpечatleniy-v-kulturnom-turizme> (дата обращения : 02.09.2018).

24. Тросби Д. Экономика и культура. Москва : Высшая школа экономики, 2013. 256 с.

25. Bendixen P. Cultural Tourism Economic Success at the Expense of Culture? // International Journ. Of Cultural Policy. 1997. № 4. P. 21–46.

26. Dallen J. Timothy. Cultural heritage and tourism: An introduction. Bristol : CVB, 2011. 463 p.

27. Goeldner C., Brent R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Hoboken; New York : John Wiley & Sons, 2003. 606 p.

28. Graham B. Heritage as Knowledge: Capital or Culture? // Urban Studies. 2002. № 39. P. 1003–1017.

29. Greg R. Cultural Tourism – Global and Local Perspectives. New York : The Haworth Hospitality Press, 2007. 347 p.

30. Greg Richards. Cultural Tourism in Europe. CAB International. Wallingford UK, 1996. P. 34

31. ICOMOS Tourism Handbook for World Heritage Site Managers. ICOMOS, 1993. c. 3

32. International Convention to Safeguard Intangible Cultural Heritage : UNESCO's General Conference. 32nd Session (Paris, 29.09-17.10.2003). URL : https://tourlib.net/statti_ukr/barna.htm (viewed on February 20, 2020).

33. Jelin Daniela Angelina. Splintering of Tourism Market: New Appearing Forms of Cultural Tourism as a Consequence of Changes in Everyday Lives // Collegium Antropologicum. 2009. № 1. P. 259–266.

34. Lord B. Cultural tourism in Ontario // Cultural tourism. ICOMOS, 1993. C. 126–131. URL : http://www.international.icomos.org/publications/93sy_tou15.pdf (дата обращения : 29.03.2020).

35. Macleod Donald V.D. Tourism, Globalisation and Cultural Change: An Island Community Perspective. Clevedon : Channel View Publications, 2004. 456 p.

36. Mc Kercher B., Cros H. Cultural Tourism. London : Routledge, 2015. 250 p.

37. Mc Kercher B., Du Cros H. Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. New York : The Haworth Hospitality Press, 2002. 262 p.

38. Richards G. Creativity and tourism: The State of the Art // Annals of Tourism Research. 2008. Vol. 38, № 4. P. 1225–1253.

39. Richards G. European Cultural Tourism : Patterns and Prospects // Dodd D., Van Hemel A. Planning Cultural Tourism in Europe / Boekman Foundation; Ministry of Education Culture and Science. Amsterdam, 1999. P. 16–32.

40. Richards G. Tourism trends : The convergence of culture and tourism 2014. URL : https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism (viewed on May 30, 2020).

41. Richards G., Wilson J. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial production of culture? // Tourism Management. 2006. Vol. 27, № 6. P. 1209–1223.

42. Robinson M., Evans N., Callaghan P. Managing Cultural Resources for the Tourist. Newcastle : University of Northumbria, 1996. 496 p.

43. Shackley M. L. Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience. London : Thomson Learning, 2001. 207 p.

44. Smith M. K. Issues in Cultural Tourism Studies. London, New-York : Routledge, 2003. 195 p.

45. Stebbins R. Cultural tourism as serious leisure, Annals of Tourism Research. 1996. Vol. 23, Issue 4. P. 948–950.

References

1. TOURISM. Amsterdam. Alkhutov A.V. (2019). Tourism as an Interaction of Cultures: Author's thesis. at the Candidate of Cultural Studies degree: special. 24.00.01 Theory and History of Culture. Krasnodar, 23 p.

2. Barna M. Yu. (2017). Conceptual approaches to the development of cultural tourism. Actual problems of

economy and trade in modern conditions of European integration: materials of sciences. conf. (Lviv, May 11-12, 2017). Lviv: LETU. 62 – 64 pp..

3. Bozhko L.D. (2010). Cultural tourism as an important factor in socio-cultural development of Ukrainian regions. Culture of Ukraine: Coll. of sciences. pr. M-in culture of Ukraine, Kharkiv. state. Acad. culture. Kharkiv, Vol. 32. 169–179 pp.

4. Bozhko L.D. (2010). Cultural tourism as an important factor in the socio-cultural development of Ukrainian regions. Culture of Ukraine: Coll. of sciences. pr. M-in culture of Ukraine, Kharkiv. State. Acad. culture. Kharkiv, Vol. 32. 169–179 pp.

5. Budko M. (2010). Tourism as a significant modality of social and cultural changes. Nierówność społeczna a wzrost gospodarczy. № 16. 468–481 pp.

6. Harbar G.A. (2013). Cultural tourism in the context of mass culture. Humanities Bulletin of ZDIA. No. 56. 140–148 pp.

7. O.V. Golozubov (2010). Joy and laughter in post-modern cultural practices: philosophical and anthropological dimensions: author. diss. for the sciences. degree of Dr. Philosopher. Sciences: Special. 09.00.04 "Philosophical Anthropology, Philosophy of Culture". Kharkiv, 36 p.

8. Gordin V., Suschinskaya M., Yatskevich M. (2001). Theoretical and practical approaches to the development of tourism. Cultural tourism: the convergence of culture and tourism at the threshold of the 21st century. St. Petersburg. : St. Petersburg GUEF, 144–145 pp.

9. Egorova E.N. (2017). The Resource Base of Cultural Tourism: Traditions, Modern Condition. Society: Philosophy, History, and Culture. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/resursnaya-baza-kulturnogo-turizma-traditsii-sovremennoe-sostoyanie> (accessed: 08/31/2018).

10. Preserving Cultural Heritage of All Ages: Recommendation No. 36 of the World Conference on Cultural Policy. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?Nreg=995_744 (accessed 10/01/2020).

11. Karamasheva A.A. (2004). Cultural tourism and its importance in socio-cultural development of regions in the conditions of globalization: author. diss. ... Cand. cultural. Sciences. Ross. Acad. state. service under the President of the Russian Federation. Moscow, 25 p. URL: <http://cheloveknauka.com/kulturnyy-tourism-i-ego-znachenie-v-sotsiokulturnom-razvitii-regionov-v-usloviyah-globalizatsii#ixzz5OAbcD8CD> (accessed 27/02/2019).

12. Kindrachuk N.M. (2013). The importance of traditions and customs for the development of cultural tourism in the Carpathian region of Ukraine. The recreational potential of the Carpathian region: history, current state, prospects: Tourism and development of the region: materials international. of sciences. Conf. dedicated to the 10th anniversary of the establishment of the Institute of Tourism (Ivano-Frankivsk, September 19-20, 2013). Vasyl Stefanyk Precarpathian National University; Goal. redcol. prof. V. Klapchuk. Ivano-Frankivsk: Folio, № 4. 89–92 pp.

13. Kost B, Piskorska G. Cultural projects as a tool of foreign policy. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3134 (accessed 09/08/2019).

14. Krasnaya S.A. (2006). Cultural tourism: enlightening nature and factors of development: diss. Cand. Cultural studies. Moscow, 165 p. URL: <http://cheloveknauka.com/kulturnyy-turizm#ixzz5OAdB7iak> (accessed 23/01/2020).
15. Kuzmuk O. Cultural tourism as a tool for forming national identity. URL: http://tourlib.net/statti_eng/kuzmuk.htm (accessed: 02/20/2020).
16. Kulik V.V. Cultural tourism as a component of the socio-cultural activity. URL: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_76/Kulik.pdf (accessed 04/02/2020).
17. Cultural Routes of the Council of Europe. URL: http://zotic.zp.ua/wp-content/uploads/2018/05/CR_leaflet_UKR_201803.pdf (accessed 09 Aug 08, 2019).
18. Moshnyaga E.V. (2005). International cultural tourism as a factor of intercultural communication. Scientific Studies of the Moscow Humanitarian University. Is. 55. 128–147 pp.
19. Pogorelova I.S. (2018). Cultural Heritage as a Component of the European Union's Cultural Policy. Travel Business: Current Trends and Development Strategies: Materials Intern. Research Practice Internet Conf., KNEU, March 16, 2018, P. 152–157. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Person/krait/2018/confurbiznes18.pdf (accessed: 02/25/2019).
20. Potentials 2017: Crafting and Cultural Tourism. URL: https://bigggidea.com/practices/Craft_Culttourism/ (accessed 20/02/2020).
21. Pronkevich O.V. (2009). Cultural tourism and the "invention" of Spain. Scientific works of the Black Sea State University named after Peter Mohyla complex "Kyiv-Mohyla Academy". T. 124. № 111. 91–93 pp.
22. Stepanchuk A.V. (2015). Preservation, development, and demonstration of handicrafts as part of the intangible cultural heritage in cultural tourism objects. IzvestiyaKazGASU. № 4 (34). 72–81 pp.
23. Sushchinskaya M.D. (2012). Development of the model of impressionism in cultural tourism. IzvestiyaSPbGEU. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-modeli-turizm-vpechatleniy-v-kulturnom-turizm> (accessed: 02/09/2018).
24. Trosby D. (2013). Economics and Culture. Moscow: Higher School of Economics, 256 p.
25. Bendixen P. (1997). Cultural Tourism Economic Success at the Expense of Culture? International Journal of Cultural Policy. № 4. 21–46 pp.
26. Dallen J. Timothy. (2011). Cultural heritage and tourism: An introduction. Bristol: CVB, 2011. 463 p.
27. Goeldner C., Brent R. (2003). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Hoboken; New York: JohnWiley & Sons, 606 p.
28. Graham B. (2002). Heritage Knowledge: CapitalorCulture?. Urban Studies. № 39. 1003–1017 pp.
29. Greg R. (2007). Cultural Tourism – Global and Local Perspectives. New York: The Haworth Hospitality Press, 347 p.
30. Greg Richards. (1996). Cultural Tourism in Europe. CAB International. Wallingford UK. 34 p.
31. ICOMOS TourismHandbookforWorldHeritage SiteManagers. ICOMOS, 1993 C. 3
32. International Convention to Safeguard Intangible Cultural Heritage: UNESCO's General Conference. 32nd Session (Paris, 29.09-17.10.2003). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/barna.htm (viewed on February 20, 2020).
33. Jelena Daniel Angelina. (2009). The splintering of Tourism Market: New Appearing Forms of Cultural Tourism as a Consequence of Changes in Everyday Lives. Collegium Antropologicum. № 1. 259–266 pp.
34. Lord B. (1993). Cultural tourism in Ontario. Culturaltourism. ICOMOS, C. 126–131. URL: http://www.international.icomos.org/publications/93sy_tou15.pdf (accessed 29.03.2020).
35. Macleod Donald V.D. (2004). Tourism, Global, and Cultural Change: An Island Community Perspective. Clevedon: Channel View Publications, 456 p.
36. Mc Kercher B., Cros H. (2015). Cultural Tourism. London: Routledge, 250 p.
37. Mc Kercher B., Du Cros H. (2002). Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. New York: The Haworth Hospitality Press, 262 p.
38. Richards G. (2008). Creativity and tourism: The State of the Art. Annals of Tourism Research. Vol. 38, 4.1225–1253 pp.
39. Richards G. (1999). European Cultural Tourism: Patterns and Prospects. Dodd D., VanHemel A. Planning Cultural Tourism in Europe. Boekman Foundation; Ministry of Education Culture and Science. Amsterdam. 16–32 pp.
40. Richards G. (2014). Tourism trends: The convergence of culture and tourism URL: https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism (viewed on May 30, 2020).
41. Richards G., Wilson J. (2006). Developing creative activity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? Tourism Management. Vol. 27, No. 6. 1209–1223 pp.
42. Robinson M., Evans N., Callaghan P. (1996). Managing Cultural Resources for the Tourist. Newcastle: UniversityofNorthumbria, 496 p.
43. Shackley M. L. (2001). Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience. London: Thomson Learning, 207 p.
44. Smith M. K. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies. London, New York: Routledge, 195 p.
45. Stebbins R. (1996). Cultural tourism as serious leisure, Annals of Tourism Research. Vol. 23, Issue 4. 948–950 pp.

*Стаття надійшла до редакції 07.03.2020
Прийнято до друку 10.04.2020*