

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ**

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр

на тему:

**Туризм в соціокультурному просторі України:
глобалізаційні виклики**

Виконав: студент II курсу

Група МКД-11-22

Спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності»

Козачок Іван Андрійович

Науковий керівник:

доктор культурології, професор

Дичковський Степан Іванович

Рецензент:

доктор історичних наук, професор

Литвин Сергій Харитонович

Допущено до захисту:

протокол засідання кафедри

№5 від 22 листопада 2023 р.

в.о. завідувача кафедри арт-менеджменту

та івент-технологій

_____ **Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА**

АНОТАЦІЯ

Козачок І.А. Туризм в соціокультурному просторі України: глобалізаційні виклики. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Об'єкт дослідження: туризм як феномен масової культури.

Предмет дослідження: проблеми та перспективи розвитку сталого туризму в Україні.

Мета дослідження: дослідити проблему інтерпретації туризму як феномена масової культури у сучасному соціокультурному просторі.

У кваліфікаційній роботі досліджено генезис та еволюцію сучасного наукового туризмознавчого дискурсу; визначено проблему інтерпретації туризму як феномена масової культури та соціокультурного явища. Крім того, виокремлено особливості туризму у просторі міжкультурних комунікацій. Автор окреслив проблеми та перспективи розвитку сталого туризму в Україні, з'ясував перспективи розвитку індустріального туризму в Україні. Визначено, що потребує подальшого вивчення теорія і практика віртуального туризму, каучсерфінгу як способу «альтернативного туризму» в сучасну епоху в контексті глобалізаційних процесів. Автор наголошує, що поза увагою дослідників залишається також і аналіз гендерних аспектів у туризмі, які набувають дедалі більшого значення в сучасному суспільстві і мають стати предметом ґрунтовних досліджень.

Ключові слова: туризм, соціокультурний простір, науковий туризмознавчий дискурс.

Kozachok I.A. Tourism in the socio-cultural space of Ukraine: globalization challenges. - Qualification work on manuscript rights.

Object of research: tourism as a phenomenon of mass culture.

Subject of research: problems and prospects of development of sustainable tourism in Ukraine.

The purpose of the study: to investigate the problem of interpreting tourism as a phenomenon of mass culture in a twisted socio-cultural space.

In the qualifying work, the genesis and evolution of modern scientific tourism discourse was investigated; the problem of interpreting tourism as a phenomenon of mass culture and a socio-cultural phenomenon is defined. In addition, the importance of tourism in the space of intercultural communications is highlighted. The author outlined the problems and prospects for the development of sustainable tourism in Ukraine, clarified the prospects for the development of industrial tourism in Ukraine. It was determined that the theory and practice of virtual tourism, couchsurfing as a method of "alternative tourism" in the modern era in the context of globalization processes needs further study. The author emphasizes that the analysis of gender aspects in tourism, which are gaining more and more importance in modern society and should become the subject of thorough research, remains outside the attention of researchers.

Keywords: tourism, socio-cultural space, scientific tourism discourse.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТУРИЗМ ЯК ПРЕДМЕТ НАУКИ	10
1.1. Стан дослідження проблеми в аспекті наукового туризмознавчого дискурсу.....	10
1.2. Туризм як феномен масової культури.....	21
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ	31
2.1. Туризм у просторі міжкультурних комунікацій.....	31
2.2. Розвиток сталого туризму в Україні.....	38
Висновки до розділу 2.....	46
РОЗДІЛ 3. ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	47
3.1. Сучасний туризм як глобальна культурна практика	47
3.2. Перспективи розвитку індустріального туризму в Україні.....	59
Висновки до розділу 3.....	70
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Нині туризм є невід'ємною складовою життя суспільства і феноменом світового масштабу.

У сфері соціальних відносин туризм може відігравати роль структуроутворюючого чинника, оскільки кожна 15 людина у світі так чи інакше пов'язана з індустрією туризму. Туризм є політикою глобального рівня, завдяки якій можна вирішити певні міжнародні проблеми за допомогою «народної дипломатії». В ідеологічному аспекті він сприяє зміні існуючих соціокультурних стереотипів і формуванню нових світоглядних орієнтирів. Завдяки туризму в сучасному світі міжкультурна комунікація стає можливою вже в планетарному масштабі. Загалом туризм репрезентує життя в усьому його різноманітті, концентруючись на короткому проміжкові часу, що характеризується певними цілями і способом їх досягнення.

Актуальність теоретичного осмислення означеного феномену зумовлена сучасною практикою туристичної діяльності, що дедалі більше потребує продуманих підходів стосовно її реалізації, і необхідністю вирішення методологічних питань щодо визначення напрямів подальшого розвитку туризму. Надзвичайно важливим при цьому є розгляд туризму саме як історико-культурного явища, оскільки дозволяє глибше зрозуміти його сутність, як одного з важливих креативних культурних факторів. Проблемна ситуація зумовлена недостатнім культурологічним осмисленням місця і ролі туризму в соціальному бутті, його значення як активного, культууроутворюючого чинника суспільної життєдіяльності. Звернення до методологічного інструментарію культурології та історичної науки, використання міждисциплінарного підходу надало можливості комплексно дослідити розвиток і функціонування туризму в поєднанні аспектів діахронії і синхронії, що актуалізують його як явище історико-культурного простору.

Означена тема перебуває на перетині соціокультурологічних, історичних, філософських, соціологічних, економічних, політологічних,

географічних та інших наукових пошуків зарубіжних і вітчизняних учених. Тому дослідження численних її аспектів відбувається на стику або в межах різних наукових дисциплін.

Мета дослідження: дослідити проблему інтерпретації туризму як феномена масової культури у сучасному соціокультурному просторі.

Об'єкт дослідження: туризм як феномен масової культури.

Предмет дослідження: проблеми та перспективи розвитку сталого туризму в Україні.

Сформульована вище мета передбачає вирішення таких дослідницьких завдань:

- визначити генезис та еволюцію сучасного наукового туризмознавчого дискурсу.

- дослідити проблему інтерпретації туризму як феномена масової культури та соціокультурного явища.

- вкредити особливості туризму у просторі міжкультурних комунікацій.

- окреслити проблеми та перспективи розвитку сталого туризму в Україні.

- з'ясувати перспективи розвитку індустріального туризму в Україні.

Теоретико-методологічні засади дослідження. Вибір методологічної бази зумовлений міждисциплінарною спрямованістю її теми, об'єктом і предметом дослідження.

Теоретико-методологічною основою дослідження є комплексний міждисциплінарний підхід, пов'язаний з принципами взаємозв'язку і взаємозалежності форм соціогуманітарного знання. Концептуальною методологічною основою дослідження є системний аналіз феномену туризму як складної ієрархічної системи, що саморозвивається в соціально-історичній системі координат. Методи дослідження (порівняльно-історичний, проблемно-хронологічний, історичної реконструкції, ретроспективний, історіографічний, наукометричний, аксіологічний, семіотичний, структурно-

функціональний тощо) дозволили визначити значущість туризму в контексті функціонування і розвитку культури в епоху глобалізації. Така методологічна основа відповідає сутності проблеми, що досліджується, і максимально реалізує потенціал методів, які використовуються в процесі аналізу.

Джерелознавчу базу дослідження становлять монографії, наукові статті та окремі навчально-методичні праці, які присвячено різним аспектам вивчення туризму. Протягом ХХ століття західні дослідники докладали зусиль до з'ясування сутності суспільства індустріального типу, аналізуючи при цьому і феномен масової культури. Ідеться про загальнотеоретичні і філософські праці Т. Адорно, Р. Арона, Ж. Еллюля, Г. Лебона, А. Моля. Розгляду туризму як феномена масової культури присвячені дослідження З. Баумана, Д. Белла, Е. Гідденса, К. Каплана, Дж. Кліффорда, Д. МакКеннела, Г. Маркузе. Деякі аспекти туризму як соціокультурного явища в контексті масової культури досліджували Г. Афонін, А. Галіздра, Б. Єрасов. Звертались до неї і українські дослідники – Г. Мавріна, Л. Карпова.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що на основі проведеної систематизації історичної фактографії виявлено генезис та еволюцію сучасного наукового туризмознавчого дискурсу, окреслено проблеми та перспективи розвитку сталого туризму в Україні, з'ясовано перспективи розвитку індустріального туризму в Україні.

Практичне значення дослідження. Проведене дослідження туризму як культууроутворюючого чинника, уможлиблює використання отриманих наукових результатів для подальшого аналізу проблем розвитку нових туристських практик, технологій, розробки тренінгів і навчальних програм підготовки туристів і фахівців у сфері туризму та міжкультурної взаємодії. Результати роботи можуть слугувати основою для прийняття стратегічних рішень представниками органів державної влади, зокрема працівниками районних управлінь культури і туризму, а також практиками туристичної галузі.

Апробація результатів дослідження. Положення магістерської роботи апробовані на ІХ Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «БІБЛІОТЕКА, КНИГА ТА МЕДІА В СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ», тема доповіді: «*Стан дослідження проблеми в аспекті наукового туризмознавчого дискурсу*» (м. Київ, 17 листопада 2023 р.) Київський університет імені Бориса Грінченка; опубліковано тези доповіді у збірнику матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції «культурні та мистецькі студії ххі століття: науково-практичне партнерство» (м. Київ, 9 листопада) НАКККиМ.

Козачок І.А. Туризм як феномен масової культури. Культурні та мистецькі студії ХХІ століття: науково-практичне партнерство: зб. матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 09 листопада 2023 р. Київ: НАКККиМ. С. 20-22.

Структура дипломної роботи: обумовлена логікою розкриття теми, метою та завданнями дослідження. Складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (містить 61 джерело). Загальний обсяг роботи становить 81 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТУРИЗМ ЯК ПРЕДМЕТ НАУКИ

1.1. Стан дослідження проблеми в аспекті наукового туризмознавчого дискурсу

Починаючи з другої половини ХХ – початку ХХІ століття, туризм є органічною складовою суспільного життя, однією з найприбутковіших і динамічно прогресуючих галузей економіки. Завдяки змінам, які відбулися в суспільстві під впливом туризму, він став соціокультурним феноменом ХХ століття. Досягши провідних позицій в економіці і соціумі, туризм привернув увагу багатьох фахівців з різних галузей знань [48]. Нині можна говорити про активний розвиток туризмознавства як нового напрямку наукових досліджень. Виникнення різнопланових напрямів досліджень і становлення нової наукової дисципліни потребують дослідження теоретичної рефлексії щодо аналізу туризму як культурного феномена, чим і зумовлена актуальність дослідження.

Досліджувати туризм як особливий науковий напрям розпочали наприкінці ХІХ ст., коли він активно почав впливати на суспільство і суспільні відносини. Відомий економіст Торстейн Веблен у праці «The Theory of Leisure Class» (США, 1899) відзначав туризм як вишуканий, рафінований стиль життя. Уже на той час немало людей здійснювали туристичні подорожі, щоб підкреслити свою належність до певної суспільної групи. Це сприяло стрімкому розвитку туристичної індустрії. Набутий емпіричний досвід у цій сфері і необхідність вирішення назрілих проблем потребували наукової рефлексії [8].

Першими розпочали вивчати туризм у Швейцарії й Австрії: Дж. Ангерер (Johann Angerer) «Туризм у німецькому Південному Тиролі» («Das Fremdenwesen im deutschen Sudtirolo») (1881), Е. Гюер-Фрьолер (Eduard Guyer-Fruler) «Готелієрство» («Das Hotelwesen») (1883, Цюрих), Дж. Страднер (Joseph Stradner), який виступив з доповіддю на конгресі в Австрії 1884 року, та ін. 1841 року німецький вчений Дж. Коль (J. G Kohl), досліджуючи рух

народонаселення, видав працю з туристичної проблематики, у якій визначив туризм як «інший громадський рух». 1905 року було опубліковано працю австрійського дослідника Дж Страднера «Туризм», яка стала класичною для нового наукового напрямку. У ній окреслено предмет дослідження і вперше порушено проблему туристичного районування, зокрема наголошено, що воно не збігається з політико-адміністративним поділом. Водночас, 1907 року Р. Юст захистив першу дисертацію з проблем туризму [8, с. 56].

Результати розвитку сфери туризму привертають увагу іншого австрійського вченого – К. Шпютца. У своїй монографії стосовно туризму та його наслідків у Тіролі (1919) він розкрив трансформаційне значення «гостьового промислу» для поселенських інфраструктур в економічному, соціальному і культурному аспектах [8]. Статистичні методи дослідження туризму уперше застосував Р. Енгельман, створивши для наукового знання у цій сфері верифіковану основу кількісних показників [33, с. 141].

Плідними для розвитку науки про туризм і підготовки фахівців з вищою освітою стали 20-ті роки ХХ століття в Німеччині. Р. Глюксман (Robert Glucksmann), перший директор Берлінського дослідного інституту туризму, сформулював завдання комплексного вивчення туризму: розкрити міждисциплінарний характер досліджень туризму «з економічної, організаційної, соціологічної, правової, географічної, метеорологічної й медичної сторін» [52].

У цей час були видані праці А. Грюнталя, у яких він визначив зміст і наукові завдання географії туризму, а також Г. Вегенера «Вивчення туризму з позицій географії» з питань взаємозв'язку туризму і природно-культурного потенціалу території, мотивації вибору туристами місць відпочинку і наслідків туристського руху для навколишнього природного й культурного ландшафту [50].

Протягом 1930-х років німецькі дослідники вже змогли перейти від загальних питань до вивчення регіонального туризму (Х. Гасман – Гарцького гірничого масиву, Х. Деблер – мекленбурзьких курортів). Одну з

перших типологій туристського руху створив Х. Позер, він також уперше застосував систему розрахунків економічної ефективності різних типів туризму [8].

Цікавим є розвиток туризму у Німеччині за часів Третього Рейху, ідеологи якого естетизували потенційні туристичні об'єкти природного й історико-культурного значення, спонукаючи цим досліджувати сферу туризму. Завдяки руху KdF («сила через радість») поширювалась ідеологема про потенціал туризму у формуванні позитивного ставлення людини до своєї країни, у позбавленні комплексу неповноцінності. Ті наукові напрями, які не відповідали цим ідеологічним схемам, закривались [8, с. 57].

Активно здійснювалась інституціоналізація нового наукового напрямку.

У Дюссельдорфі 1914 року було засновано Міжнародний інститут з вивчення готельної справи (Das Internationale Institut für das Hotelbildungswesen), перетворений 1920 року на Вище училище («Hochschule für Hotel- und Verkehrswesen»), та вже 1921 року він припинив свою діяльність. 1929 року в Берліні було утворено Дослідний інститут з туризму (Institut für Fremdenverkehrsforschung), який очолив Р. Глюксманн (Robert Glücksmann), автор першого наукового видання з туризму «Archiv für den Fremdenverkehr» («Архів з туризму»). З часом в інших своїх працях він проаналізував мотиви вибору туристичних місць відпочинку і наслідки туристичного руху.

Вони стали значним в розвитку туризму. Про саму постать Р. Глюксманна мало що відомо. Наведемо дані розвідки, проведеної Alexandre Panosso Netto і опублікованої ним на сайті <http://www.hospitalidad.info/2015/11/>. Аналіз зібраних ним документів дозволив встановити такі факти: - з 1907 по 1914 рік Р. Глюксманн був керівником Verkehrsschule (Школи дорожнього руху) у Берні, Швейцарія (Grünthal, 1962b); - з 1915 по 1922 рік – директор і професор в Міжнародному інституті готельного навчання в Дюссельдорфі (Internationales Institut für das Hotelbildungswesen zu Düsseldorf) (Стадтархів. 0–1–3–2918.0000); - з 1922 по

1928 рік – консультант гостинності в Швейцарії та Німеччині, (Grünthal, 1962b); - з 1929 по 1933 рік – засновник і директор Forschungsinstitut für den Fremdenverkehr (Науково-дослідний інститут туризму) у Берліні, (Glücksman, 1929; Grünthal, 1962a); - засновник першого наукового журналу в галузі туризму в світі, Archiv für den Fremdenverkehr (Архів для туризму), що виходив з квітня 1930 по березень 1935 року, в загальній кількості 20 номерів у Берлінському історичному архіві zum Tourismus-NAT, (Історичний архів з туризму – NAT) у 2015 році;

- редактор і режисер першої серії науково-технічних книг з туризму в Schriftenreihe des Forschungsinstituts für den Fremdenverkehr (Серія науково-дослідного інституту туризму) з публікаціями з 1930 по 1933 рік, в загальній кількості 10 найменувань; - автор праці «Allgemeine Fremderverkehrskunde» (Загальне викладання туризму). Оpubлікована в 1935 році, окреслює перше відображення вивчення туризму як об'єкта науки і як самої науки.

Протягом 1920-х років поряд з німецько-австрійською науковою школою формуються інші національні школи з вивчення туризму. Зокрема, в Італії популяризатором нового напрямку наукових знань став А. Маріотт. Він викладав відповідний лекційний курс у Римському університеті, однак брак відповідних наукових традицій зумовив відставання італійської школи у дослідженні туризму від німецько-австрійської [8].

У Франції першим до туристичної тематики звернувся географ Р. Бланшар, який увів в науковий обіг поняття «туристична промисловість», що означало: «експлуатація краси» країни. Його стаття «Туризм у французьких Альпах» є першим дослідженням туризму у Франції.

Р. Бланшар, Ж. Брюн, П. Відаль де ла Блаш заклали основи так званої школи «географії людини». Її представники приділяли увагу вивченню людини і її взаємовідносин з природою, приділяючи головну увагу впливу географічного середовища на різні форми діяльності людини. В їх працях надані докладні характеристики районів, де відображено спосіб життя і заняття частини населення, створено унікальні регіональні огляди, які

містять багатий фактичний матеріал, особливо природознавчого і етнографічного характеру, і що відрізняються яскравістю стилю і образністю викладу.

Дослідження Е. Мартона присвячені теоретичним проблемам як фізичної географії, так і регіонального країнознавства (Центральна Європа, Франція). У працях Ш. Деспере та ін. порушено важливі теоретичні й методологічні проблеми географічних наук, проаналізовано головним чином природні, соціально-технічні, медико-біологічні й інші фактори середовища проживання людини. Е. Реклю здійснив спробу надати загальну картину розвитку людства й опис країн у формі яскравих, живих характеристик з позицій, близьких географічному детермінізму [7].

Розвиток французької наукової школи протягом 1930-х років пов'язаний з дослідженням просторових конфігурацій туристичних потоків.

Один з найвидатніших її представників Ж. М'єж у працях, присвячених туризму в Савої, виклав своє бачення модельних трансформацій туристичних дислокацій: від точково-лінійної системи (за мережею залізничного полотна) до моделі територіального розосередження. Провідним чинником цих трансформацій, на його думку, була моторизація, що створила передумови для туристського освоєння територій, віддалених від залізниці [8].

Значну увагу дослідженням туризму надавали в Польщі. С. Лещіцький, професор Ягелонського університету (Краків), у праці «Географія туризму як науковий підхід до вирішення туристичних проблем» (1932) стверджував, що географія туризму має охоплювати «наукове визначення туристичної привабливості ландшафту, вивчення можливостей розвитку туристського руху за умови збереження основних первинних ознак ландшафту й одночасне оцінювання оптимальних економічних результатів туристичної діяльності». Однак географічну домінанту він трактував надзвичайно широко, що виводило проблематику на рівень міждисциплінарного вивчення.

С. Лещіцький порушив комплекс економічних, географічних, статистичних, юридичних, культурних і соціальних проблем, пов'язаних не

тільки з географічним середовищем, а й з культурою, багатогранною природою самої людини. Його науковий підхід свідчив про якісно новий рівень географічного вивчення туризму [8].

Протягом 1936–1939 років у Кракові було відкрито Лабораторію туризму при Інституті географії Ягеллонського університету й організовано дослідну комісію з ініціативи Ліги для підтримки туризму. Науковий доробок цієї установи становить вагомий внесок у вивченні туризму в Польщі.

Провідним напрямом роботи дослідників польської школи стало вивчення туристсько-курортного руху, пов'язаного з регіоном Карпат. Були запропоновані моделі й методи розрахунку ресурсної бази туризму.

Практичний результат цих досліджень – ухвалення національної системи туристично-курортного районування (на території Польщі створено 6 основних туристичних і 10 курортно-дачних районів). Характерно, що польська наукова школа туризму діяла і в умовах соціалістичного режиму. У цей час А. Вжосек здійснив порівняльний аналіз районів Карпат і Судет щодо їх туристичної привабливості [8].

Протягом 1920-30-х років формувалася північноамериканська школа досліджень у туризмі, мета якої – вивчення проблем рекреаційних ресурсів і раціонального природокористування. Найвідоміші її вчені – К. Мак-Меррі і Р. М. Браун – розглядали питання охорони природи для розвитку туризму й відпочинку населення. З часом американські дослідники здійснили значний внесок у формування понятійного апарату, зокрема вони запропонували дефініцію «нові цивілізації відпочинку». Основну увагу привертало інфраструктурне середовище дозвілля. Так, С. А. Стенфілд, спираючись на дані про розвиток туризму в Нью-Джерсі, за аналогією до «мегаполісу», увів в науковий обіг поняття «дозвілляполіс», яке означало особливий тип міської агломерації [8].

У працях представників північноамериканської школи широко застосовувались міждисциплінарні методики дослідження, математичний інструментарій (елементи диференціального аналізу, матричної алгебри,

теорії ймовірності). Прикладом використання в туристичних дослідженнях прийомів системного моделювання стала розробка колективом під керівництвом Дж. Елліса багатофакторної моделі динаміки туристичних потоків за аналогією до принципу функціонування станцій – генераторів електроенергії. Завдяки американським ученим принципово нового якісного рівня набуло застосування в туристичних дослідженнях методів соціологічних дисциплін [47].

Американський психолог С. С. Плог уперше з історичної точки зору розглянув динаміку курортних зон, пов'язавши стадію розвитку дестинації з психографічними характеристиками основного контингенту відвідувачів. Він припускав, що цей контингент змінюється з розвитком туристичної території.

Згідно з його концепцією, для туризму характерна зміна парадигм особистісних психологічних типів – аглоцентрика і психоцентрика. Перший тип туриста – екстраверт, любитель пригод, новизни й авантюр, другий – інтроверт, консерватор у побуті, не схильний до авантюр. З розвитком туристичних інфраструктур і посиленням повсякденної складової в туризмі, він, за схемою С. С. Плога, еволюціонує від аглоцентричного до психоцентричного типу. Таким чином, С. С. Плог збагатив досвід вивчення не тільки еволюції курортів, а й рекреаційної поведінки людей, одним із перших звернувся до психологічних аспектів туристичної діяльності, які донині висвітлені недостатньо [8].

Аналіз літературних джерел з розвитку сучасного туризму переконує, що найбільшу увагу дослідників привертають питання щодо формування понятійного апарату, закономірностей функціонування туристичного ринку як елемента світового ринку торгівлі послугами, менеджменту і маркетингу туризму.

Одним з найбільш дискусійних є поняття туризму. Перше і найточніше його визначення 1954 року надали професори Бернського університету В. Хунзікер і К. Крапф. З часом його ухвалила Міжнародна асоціація наукових експертів туризму. Згідно з цим визначенням, туризм – це сукупність

відносин, зв'язків і явищ, які супроводжують поїздки і перебування людей у місцях, які не є місцями їх постійного або тривалого проживання і не пов'язані з їх трудовою діяльністю. Це визначення, порівняно з попереднім, не містить нових елементів, а вводить новий підхід: виняток. В. Хунзікер і К. Крапф обрали визначення, відповідно до якого вважали туризмом усе, що хоч якоюсь мірою пов'язане з подорожуванням, за винятком зміни постійного місця проживання, а також поїздок, мотивованих трудовою діяльністю. Нині вже відомо, що міграція пенсіонерів та економічний туризм спростовують таке розуміння туризму [8].

Важливе значення для дослідження феномена туризму мають публікації ООН, Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО), Міжнародного Союзу туристичних організацій (МСОТО) та інших міжнародних організацій. Головне їх досягнення – розробка понятійного апарату. Нині найбільш поширеним є визначення туризму, схвалене на спільній конференції Всесвітньої асоціації туризму і Міжпарламентського союзу року (Гаага, 1989). У ньому йдеться про добровільність подорожування і значення сектора послуг. Критично розглядаючи таке визначення, можна зауважити, що у ХХІ ст. поняття Гаазької декларації стосовно виключення місця проживання і трудової діяльності не визначає повноцінного пересування, яке характеризує всіх учасників туризму. У документах Гаазької декларації (1989) туризм розглядається як будь-яке вільне пересування осіб, не враховуючи пересувань між місцем роботи і місцем проживання, а також весь комплекс послуг для задоволення потреб людей під час такого пересування [21, с. 63].

Сучасні визначення туризму можна розподілити на дві групи: до першої належать спеціальні, пов'язані з економічними, соціальними, правовими аспектами туризму та його видовими особливостями, вони є інструментом для вирішення конкретних завдань (зокрема статистичних досліджень); до другої – дефініції, які характеризують туризм загалом,

розкривають його внутрішній зміст, цілісність його елементів, властивостей і відносин.

1980 року на Філіппінах було ухвалено Манільську декларацію зі світового туризму, у якій проголошувалось: «Туризм розуміється як діяльність, що має важливе значення в житті народів завдяки безпосередньому впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну сфери життя держав та їх міжнародні відносини» [36]. У матеріалах Всесвітньої конференції з туризму, проведеної Всесвітньою туристською організацією (ВТО) 1981 року в Мадриді, туризм визначається як один із видів активного відпочинку, що являє собою подорожування з метою пізнання певних районів, нових країн, яке поєднується в окремих країнах з елементами спорту. 1993 року статистична комісія ООН ухвалила більш повне визначення туризму: «Туризм – це діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях за межами їх звичайного середовища протягом періоду, який не перевищує одного року поспіль, з метою відпочинку, діловими й іншими цілями» [8].

У науковій літературі є багато інших визначень туризму. Зокрема, П. Бернекер визначає туризм як сукупність взаємовідносин і послуг, пов'язаних з тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання з некомерційних або непрофесійних причин.

Західні вчені більшість наукових досліджень присвячують економічним аспектам туризму. Протягом багатьох років його розглядають як галузь, що стимулює місцеву економіку, підвищує добробут, впливає на якість і рівень життя населення країни. Проте висловлюються й критичні погляди на туристичну діяльність. З'ясувалося, що запланований прибуток часом виявляється нижчим за очікуваний, а відтік капіталу з конкретних країн і перебільшення позитивних сторін часто не відповідають прогнозованим економічним перевагам у сфері туристичної індустрії [8].

Більшість сучасних досліджень розвитку туризму належать зарубіжним економістам, зокрема таким як Б. Арчер, Д. Мак-Кі, А. Маммозадех,

Р. Сеніор, С. Л. Дж. Сміт, Д. Вівер, Дж. Флетчер. Вони звертаються до таких проблем, як особливості, тенденції світового туристичного ринку, вплив туризму на національну економіку, особливо у країнах, що розвиваються, проблеми взаємодії національних і транснаціональних інтересів та багатьох інших. Економічний аспект туризму розглядають економісти К. Холовей, Г. Біовскі, Р. Котас, зокрема основи економіки туризму, туристичного ринку і механізми його функціонування. Методику обліку внеску туристичної галузі в народне господарство розробляють К. Каспар, Ф. Кларк, А. Кох, М. Опперман, К. Ріхтер, Х. Рюттер, В. Фрейєр [8].

Управлінський підхід у дослідженнях туризму застосовано для моделювання життєвого циклу туристичного центру. Р. Батлер, автор найвідомішої такої моделі, виявив пропорції співвідношення кількості туристів і етапів діяльності турцентру (розвідка, залучення, розвиток, зміцнення, стагнація, занепад, оновлення). К. Герінг, Ф. Котлер, Р. Ланкаа, Д. Мейкенз, Р. Олльє та ін. розкривають вплив соціально-економічних чинників на формування попиту і пропозиції рекреаційно-туристичних послуг, аналізують рекреаційно-туристичні ресурси і перспективи розвитку ринку туристичних послуг.

Сучасні аспекти маркетингу й менеджменту на ринку послуг, зокрема туристичних, розглядають Р. Браймер, Х. Годфрі, Д. Дея, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, Х. Мон-Танер Монтехано. Крім того, М. Портер, Е. Лімер, І. Толенадо і Д. Сольє, Е. Дахма та інші застосовують кластерний підхід в управлінні національними економічними процесами, що дає змогу формувати конкурентоспроможність території.

Американські експерти М. Тейлор, Д. Фінлі вивчають проблеми мігрантів як можливих службовців індустрії гостинності, Р. Вудс зосереджується на питанні підготовки управлінських кадрів для індустрії гостинності. Він вважає, що, коли у співробітників немає мотивації, і вони не задоволені, рівень наданого обслуговування страждає і в кінцевому підсумку призводить до незадоволеності гостей [8].

Стратегічне управління і поведінку внутрішніх і зовнішніх туристів, споживачів індустрії гостинності розкрито у працях Д. Бухаліса, Дж. Кроха, Дж. Рітчі Одним з вирішальних факторів, що кардинально змінили ринкові умови для туристичних організацій, вважається технологічна революція, викликана розвитком Інтернету. З'являються нові інструменти для маркетингу та управління туризмом. Вони підтримують інтерактивну діяльність підприємств і споживачів і, в результаті, перебудовують весь процес розробки, управління та маркетингу туристичних продуктів і напрямків. Вплив нових технологій стає все більш очевидним, оскільки створення мереж, динамічна взаємодія зі споживачами і партнерами і можливість активної реорганізації туристичного продукту мають вирішальне значення для конкурентоспроможності туристичних організацій.

Німецький дослідник Е. Коен розглядає індустрію розваг як соціокультурний феномен. Він обґрунтував концепцію розвитку туризму, який надає можливість зафіксувати й проаналізувати зміни у суспільних відносинах, а також відносини державних акторів публічної політики на прикладі їх роботи над розвитком індустрії гостинності. Британські вчені Т. Берноу і К. Уорд аналізують психологію туристів.

Німецький автор А. Т. Пауль вважає індустрію гостинності показником розвитку майбутнього глобального суспільства споживання, а туриста – людиною майбутнього, якій притаманні «специфічні модерністські потреби в кроскультурному спілкуванні й адаптації» [26, с. 98].

Значний внесок у розробку теорії розвитку туризму й індустрії гостинності належить німецькому соціологу Р. Бахлайтнеру, який вивчає «інформаційну силу туризму», його роль в діалозі культур, а також конфліктні аспекти цих явищ. Зокрема, він розглядає проблему соціальної дистанції між персоналом сервісних служб, місцевими жителями («аборигенами») і мандрівниками, а також проблему ідентифікації «своїх і чужих» працівниками індустрії гостинності залежно від того, до якої країни

(за рівнем розвитку економіки і державним устроєм) належить турист [5, с. 90-97].

Цікаві ідеї висувають представники німецької школи соціології туризму, які визначають це явище, як і супутню йому інфраструктуру, з двох позицій: по-перше, зосереджуються на внутрішньому світі людини, її потребі в самоідентифікації і «тузі за спільнотою», на прагненні знайти себе в глобальному світі; по-друге, досліджують індустрію гостинності як індикатор явищ в сучасному суспільстві, особливо економічних і політичних.

Регіональну індустрію гостинності розглядають Б. Фінні і К. Ватсон, а Д. Маккенел, М. Сміт – індустрію гостинності як культурний «симулякр», або псевдопізнання один одного громадянами глобального суспільства.

Протягом останніх десятиліть сфера туризму все частіше досліджується в межах гуманітарного знання, зокрема із застосуванням культурологічного підходу, який дає можливість показати вплив туристичної діяльності на соціальну і культурну сфери, на екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини. Таке переакцентування зумовлене тим, що в сучасному світі туризм з економічного перетворюється на соціальний і культурний феномен [8].

Таким чином, здійснений огляд праць переконує, що явище туризму досліджують учені різних напрямів. Уже в середині ХХ ст. були сформовані основні наукові школи з вивчення туризму. Їх наукові зацікавлення тривалий час були пов'язані з економічними й соціальними проблемами розвитку галузі. У 70-ті роки ХХ ст. туризм стає предметом наукового осмислення багатьох наукових дисциплін, що потребує історичного дослідження наукових рефлексій феномена туризму з точки зору міждисциплінарного підходу

1.2. Туризм як феномен масової культури

Соціокультурні передумови генезису і еволюції туризму як інтегративного феномена соціальної реальності сформувалися в епоху індустріального суспільства. Як соціокультурне явище, туризм став специфічним способом освоєння дійсності, виробництва і поширення культурних цінностей. Історія подорожей і туризму пов'язана з основними етапами розвитку людської цивілізації, однак саме у ХХ столітті туризм став продуктом масового суспільства, зокрема після Другої світової війни. У своїй основі він має ті принципи функціонування, що і масова культура. На Заході традиційно багато уваги надають його соціально-функціональним характеристикам, систематизації і впливу масової культури, проте у вітчизняній науці стала праці з цієї тематики створені порівняно недавно.

Тому варто актуалізувати наукові здобутки західних учених, розглянути зміни в науковому осягненні сфери туризму в часі [14].

Протягом ХХ століття західні дослідники докладали зусиль до з'ясування сутності суспільства індустріального типу, аналізуючи при цьому і феномен масової культури. Ідеться про загальнотеоретичні і філософські праці Т. Адорно, Р. Арона, Ж. Еллюля, Г. Лебона, А. Моля. Розгляду туризму як феномена масової культури присвячені дослідження З. Баумана, Д. Белла, Е. Гідденса, К. Каплана, Дж. Кліффорда, Д. МакКеннела, Г. Маркузе. Деякі аспекти туризму як соціокультурного явища в контексті масової культури досліджували Г. Афонін, А. Галіздра, Б. Єрасов. Звертались до неї і українські дослідники – Г. Мавріна, Л. Карпова.

Розглянемо зміни у проблематиці дослідження туризму як феномена масової культури західними вченими у другій половині ХХ – на початку ХХІ століть. Туризм як складова масової культури привернув увагу насамперед західних філософів і соціологів. Філософів цікавив історичний аспект освоєння культурного простору, соціологів – соціологічний.

У середині ХХ століття продукування товару у сфері духовної діяльності і бурхливий розвиток засобів масової комунікації породили новий феномен – масову культуру, а в ній таке явище, як масовий туризм. Кожне з них спирається на мораль гедонізму. Розважаючись, людина задовольняє духовні потреби, оцінює себе як особистість, аналізує свою роль в різних соціальних системах.

Історія вивчення масового суспільства і масової культури має кілька етапів. На першому – масове суспільство розглядалося з відверто консервативних, навіть антидемократичних позицій. Масу вважали натовпом, який прагне влади і загрожує поваленням традиційної еліти, руйнуванням цивілізації. На другому етапі, у період між двома світовими війнами, осмислювався досвід тоталітарних суспільств фашистського типу (Німеччина, Італія). Масу сприймали як темну й консервативну силу, якою маніпулює еліта. На третьому етапі – під час і одразу після Другої світової війни – сформувалась демократична критика масового суспільства, яке вважали продуктом розвитку монополістичного капіталізму.

Починаючи з кінця 50-х років ХХ століття розпочався четвертий етап – розуміння масовізації як об'єктивного процесу розвитку сучасної цивілізації. Надалі розуміння масового суспільства тісно пов'язувалось з наслідками розвитку нових інформаційних технологій і художньою культурою постмодерну [14].

Наприкінці 50 – початку 60-х років увагу багатьох дослідників привертає туризм як елемент масової культури. Зокрема, Х. Ортега-і-Гассет стверджував, що ХХ століття відображає історичну ситуацію, не характерну для попередніх епох. Показником історичного зрушення він вважав значне збільшення мас людей на політичній арені. Небачений розвиток техніки протягом ХІХ століття стимулював зростання добробуту населення.

Задоволення індивідуальних потреб стало основною орієнтацією масового суспільства. На думку Х. Ортеги-і-Гассета, всі досягнення цивілізації зводяться до того, щоб полегшити і покращити життя. В одній із

своїх праць він створює «психологічний малюнок» «масової людини» ХХ століття: безперешкодне зростання життєвих запитів і пов'язану з ним «нестримну експансію власної натури». На переконання філософа, «життєвий світ людини ХХ століття надає йому впевненості у практично безмежних можливостях». 1967 року у Франції вийшла друком книга Гі Дебора «Суспільство спектаклю», у якій автор створив образ, який з часом став однією з головних моделей самоосмислення постмодерністського суспільства в епоху культурного імперіалізму і тотальної влади реклами й мас-медіа. Відповідно до моделі Гі Дебора, реальність почали сприймати як «інтегрований спектакль», у якому «шоу-влада» скасувала Історію. Модель Гі Дебора розвинув його співвітчизник, «метр» постмодерністської філософії Жан Бодрійяр, створивши «теорію симулякрів», згідно з якою в постіндустріальному суспільстві відбулася підміна реальності «гіперреальністю», а образ реальності повністю поглинув її саму.

Своєрідність і новизна цього образу, який Ж. Бодрійяр назвав «симулякром», полягає в тому, що це – «копія без оригіналу», існуюча сама по собі, поза будь-яким ставленням до дійсності. На думку Ж. Бодрійяра, образ більше не відображав навколишньої реальності, не спотворював її і не приховував її відсутності, як це було на попередніх етапах історії, а просто витіснив, посівши її місце. У розумінні Ж. Бодрійяра, головним виробником реальності є телебачення, яке втілює у продуктах культурної індустрії численні образи, не пов'язані ні з чим, окрім самих себе [14].

Німецький теоретик В. Вельш писав, що в епоху постмодерну людина опинилася в ситуації «радикального плюралізму» культурних, релігійних, наукових, політичних, світоглядних концепцій і життєвих практик, принципово рівноцінних і рівнозначних [32, с. 121]. Головною характеристикою цієї епохи стає плюралізм. Людина вже на рівні повсякденності безперервно взаємодіє зі знаками абсолютно різних культур.

Звичною культурною практикою стає туризм як симуляція подорожі й паломництва, які в минулі епохи відігравали роль екзистенціальних ситуацій,

а також надавали людині можливість долучитись до сакрального виміру реальності. Поступово такий «туристичний» модус сприйняття поширюється на всі сфери, у яких суб'єкт взаємодіє зі знаковим світом культури. Масовий туризм відповідає на зміни в суспільстві і є одним із символів масової культури «суспільства споживання».

Згідно з ідеєю Ж. Бодрійяра про «новий гуманізм» споживання, масовий туризм втілює теорію споживчого «праксісу». Суспільство споживання (речей, товарів, реклами, туристичних послуг) уперше в історії надає індивіду можливість реалізувати себе у процесі здійснення туристичних поїздок, але в цьому сенсі, система споживання перевершує чисте споживання, уможливаючи вираження особистості й колективу, утворюючи нову мову, нову культуру подорожей.

Перші спроби теоретично осмислити туризм були здійснені протягом 60-х років ХХ століття. Так, Д. Бурстін стверджував, що туриста приваблює все несправжнє і поверхове – «псевдоподія», «нескінченна система ілюзій», частково випереджаючи концепцію симулякра Ж. Бодрійяра. На його думку, реклама і засоби масової інформації, образи, які відповідають туристським запитам, створюють замкнену систему ілюзій, яка становить основу для вибору туристом потенційних туристичних дестинацій.

Американський соціолог Д. МакКенел у 70-х роках ХХ століття здійснив загальнонауковий аналіз туристичних потоків за семіотичними, антропологічними і соціальними критеріями. Він розглядав туризм як нову теорію дозвілєвого класу, одним із перших застосував семіотичний підхід до туризму, розширив хронологічні межі свого дослідження – від давнини до сучасності: «...те, що починалося як діяльність, характерна для героя (Олександр Македонський), поступово стає метою соціально організованої групи (хрестоносці), ознакою статусу суспільного класу (гранд-тури англійських джентльменів) і, нарешті, переростає в універсальний досвід (туристи)». Аналіз поведінки туриста як у повсякденних обставинах, так і на відпочинку дав підстави досліднику дійти цікавих висновків. Згідно з Д.

МакКенелом, турист – це модель сучасної людини «взагалі» (modern-man-in-general), характерна для статистичного представника середнього класу західного світу, який «прочісує світ у пошуках досвіду і вражень». МакКенел вважав, що особливості сприйняття жителя мегаполіса зумовлені швидкою зміною образів, інформаційною насиченістю. Він висунув припущення, яке пізніше розвинули Ж. Бодрійяр і Дж. Уррі, що «комерційна природа туризму ініціює утворення туристичного простору, який охоплює пам'ятки – «криві дзеркала», що відображають зовнішній зміст, але не є справжніми пам'ятками».

Погоджуючись із соціологами і філософами, сучасні антропологи підкреслюють значення туризму у формуванні «нової реальності» нинішньої західної цивілізації. Для опису останньої Д. Кліффорд пропонує застосовувати поняття travelling culture – «мандруюча культура» і «культура мандрів», тобто культура, яка має гібридний, космополітичний досвід самопрезентації.

Дж. Куллер стверджував, що пізнавальна діяльність туристів конструюється за допомогою знаків, природа туризму являє собою колекцію знаків, символів, які конструюються на основі бінарного поділу повсякденного й екстраординарного. Туристичний об'єкт привабливий не сам по собі, а як такий що означає певну особливість, «маркер стає характерною особливістю» туристичного об'єкта.

Ч. Мілліс, характеризуючи самосвідомість сучасної людини, писав, що їй «властиво бачити себе щонайменше прибульцем, якщо не вічним мандрівником, пояснюючи цей факт трансформуючою силою історії».

З. Бауман у праці «Від паломника до туриста» аналізує постаті паломника, бродяги, гравця, туриста у філософсько-історичній перспективі.

На його думку, вони виконують роль яскравих парадигмальних зразків у культурному просторі ідентичності і зазначає: «... туризм колись заповнював узбіччя власне соціальної дії (якщо бродяга був маргіналом, то туризм був маргінальною діяльністю), але тепер перемістився в центр (як

типаж і як діяльність)». На думку З. Баумана, мета руху туриста – нове переживання, «...він свідомо й систематично шукає пригод, нових, відмінних від старих хвилювань, оскільки радощі давно знайомого увійшли у звичку і більше не захоплюють» [4, с. 146].

У ХХ столітті масштаби змін, розширення світогляду людини, інші смаки і потреби сформували новий тип особистості – людини епохи споживання. «Бажання до зміни місць», притаманне людині одвічно, в минулому столітті перетворилось на комерційний продукт. Д. Белл писав: «... якщо індустріальне суспільство визначається кількістю товарів, що свідчать про рівень життя, то постіндустріальне суспільство визначається якістю життя, що вимірюється послугами й різними зручностями – охороною здоров'я, освітою, відпочинком і культурою, – які стали бажаними і доступними для кожного» [9, с. 171].

Мобільність, що раніше була інструментальною цінністю тому, що надавала змогу привласнити і заволодіти фізичним простором і перерозподілити капітали, набуває нового значення. Пересування стають невід'ємним правом і свободою споживання місць, товарів і послуг.

«Мобільність, як її розуміють нині, є свободою, купленою за грошу й освіту.

Перебування в одному місці символізує відсутність вибору, характерну для бідних, старих та інвалідів». У культурі, яка заперечує місце, на думку К. Ясперса, «люди стають все більш «стандартизованими, змінними, замінними, які легко транспортуються і переміщуються з одного місця в інше».

Важливо відзначити, що час і простір по-різному розподілені між людьми, які стоять на різних щаблях глобальної владної піраміди. На думку З. Баумана, «ті, хто може собі це дозволити, живуть виключно в часі. Ті, хто не може, – мешкають у просторі. Для перших простір не має значення. Другі щосили борються за те, щоб надати йому значущості» [4]. З. Бауман особливо зосереджується на понятті «кочівник», яке, на його думку, відволікає увагу від того факту, що існують два принципово відмінні типи життєвого досвіду сучасної людини. У глобальній ієрархії мобільності

утворилася «діра», яка відокремлює один від одного два, абсолютно різні світи.

Для жителів світу глобально мобільних людей простір утратив свою стримуючу здатність, він легко долається як у реальному, так і у віртуальному проявах. Для жителів світу локально прив'язаних людей, які пасивно сприймають зміни, реальний простір звужений, його віртуально доступні віддалені сфери в реальності залишаються недосяжними, стверджував Тофлер [14, с. 88]. У своїй відомій праці «Футуршок» він звертає увагу на стрімке посилення міграційних процесів у суперіндустріальному суспільстві в результаті змін в економічній, технологічній та інформаційній сферах. Він зазначає, що ці зміни руйнують сталі зв'язки людини і місця, не дозволяють «пустити коріння», спричиняють кризу самоідентифікації. На його думку, «ми виховуємо нову расу кочівників, і мало хто може припустити розміри, значення і масштаби їх міграцій». Роздуми Е. Тоффлера дають підстави дійти висновку про зростаючу, починаючи з другої половини ХХ століття, роль туризму. Тобто туризм можна вважати індикатором перетворень в соціокультурній реальності постіндустріального суспільства. «Для суспільства високих технологій щорічні поїздки, подорожі, постійні зміни місця проживання стали другою натурою» – пише він [15, с. 57]. Розкриваючи міграційність сучасної цивілізації, Е. Тоффлер наголошував: «Ми повністю «вичерпуємо» місця і позбуваємося їх подібно до того, як ми викидаємо одноразові тарілки й банки з-під пива».

Поділяючи думку Е. Тоффлера, можна вказати на такі причини популярності послуг масового туризму: абсолютне збільшення кількості вільного часу населення завдяки досягненням індустріалізму, «інтенсивне прагнення до прискорення рівномірного руху вперед» як принцип постіндустріального суспільства, мобільність людей, яка долає географічні кордони. У системі масового туризму переважають форми, спрямовані на підтримку життєвого тону, на стандартизацію форм споживання продуктів

масової культури, на формування глобальних стандартизованих споживчих поведінкових моделей. Процеси інформатизації суспільства породжують стандартизовані інформаційні продукти і замінюють ними індивідуальне сприйняття часу та простору, проживання його як об'єктивної реальності реальністю віртуальною, в основі якої – механізм технологічної імітації й міфологізації [14].

Слід зазначити, що для практики туристичних переміщень характерним є «опосередковане» споживання. Власний культурний досвід не потрібен людині для засвоєння нею готового набору знаків культури, який пропонує туристична індустрія. Таким чином, турист ілюзорно долучається до зразків високої культури і виконує роль споживача, але не знає творця артефактів культурної діяльності. Турист, як соціальний суб'єкт, виконує роль

активного компонента соціальної структури суспільства. Ж. Бодрійяр у своїх працях розглядає споживання як ланцюгову психологічну реакцію, яка спрямовується сучасною магією несвідомої природи. Споживання предметів більше не пов'язане з їх сутністю – ідеться радше про відчужені знаки предметів, які існують лише у зв'язку один з одним.

У сучасній цивілізації немає раціонального споживача, який самостійно здійснює свій вибір. Індивідуальний, продиктований реальними потребами вибір ілюзорний – він зумовлений структурою суспільства споживання, що надає значення не предметам, а абстрактним цінностям, які тотожні відчуженим від них знакам. Їх основу становить прагнення до соціальної відмінності, і оскільки підтримка таких відмінностей є життєвою умовою існування сучасної цивілізації, потреба завжди залишається незадоволеною.

Соціальна забезпеченість, «щастя» стають імперативами суспільства споживання, яке не заохочує пасивності й економичності, оскільки це призводить до втрати споживчої спроможності. Туристичний продукт, маючи соціальну цінність, задовольняє потребу людей тільки тому, що вони прагнуть належати до важливої для них групи, зокрема у формі спілкування з її членами. Деякі туристичні послуги – це перепустка в певні соціальні

мережі. Якщо ці мережі важливі, то товар, що відкриває доступ до них, набуває додаткової (соціальної) вартості (цінності). До цієї категорії належать різні види клубного споживання. Люди значно переплачують за звичайні послуги, але цього вимагає не стільки сам товар, скільки його функція соціального «ключика».

Туристичні послуги також відкривають доступ до груп, сформованих за стилем споживання. Таким чином, феномен туризму є суперечливим за своїм змістом: з одного боку, він передбачає свободу вибору, пересування, з іншого, – глобальна туристична експансія актуалізує питання про загрозу зміни орієнтирів ідентичності. Найбільш небезпечним наслідком цього є ризик втратити ідентичність, що призведе до ціннісної деструкції, неузгодженості цінностей, а також до конструювання штучної ідентичності простору на основі соціальних стереотипів [14].

Дж. Уррі, надаючи феномену туризму великого значення як соціальній практиці, сучасному способу пізнання світу, розглядав його як дозвіллену активність, протиставлену практиці повсякденного життя. Він увів у методологію вивчення туризму термін-метафору «туристський пильний погляд» (туристський погляд), що передбачає всю сукупність пізнавальної діяльності туристів і її особливості. На думку Дж. Уррі, туристський погляд, з одного боку, зосереджується на об'єктах, відмінних від повсякденного життя (пейзаж, ландшафт), з іншого боку, об'єкти туристської уваги передбачають «різні форми соціальної стереотипізації».

К. Роджек запропонував концепцію індексації уявлень туристів. Він доводив, що структура туристського сприйняття охоплює візуальні, текстові й символічні уявлення, що містяться в ЗМІ. Створені за допомогою техніки образи надзвичайно потужні у формуванні сприйняття місця, і турист сприймає цю версію реальності.

Психологічна інтерпретація феномена туризму розкриває мотиваційну основу здійснення подорожей, яка стимулює індивідуума подорожувати відповідно до його особистих бажань, способу життя, ціннісних орієнтацій,

світогляду (С. Плог, Ф. Пірс). На думку Д. Кемпбелла, подорожі уособлюють ритуал ініціації, відтворюють різноманітні форми обрядів переходу, відповідають межовому стану переходу свідомості особистості, у процесі якого відбувається формування нової ідентичності особистості.

Висновки до розділу 1

До проблеми інтерпретації туризму як феномена масової культури протягом другої половини ХХ – першої половини ХХІ століть зверталися відомі вчені Заходу, зокрема філософи, соціологи, антропологи, психологи. Соціологічні концепції, створені у цей час, спираються на філософський аналіз процесів, пов'язаних з феноменом туризму та мандрівок. Проблемне поле досліджень соціологів передбачає різноманітні інтерпретації впливу феномена туризму в соціокультурному просторі на всіх рівнях: регіональному, національному і глобальному. Антропологи вважають туризм сучасним інструментом пізнання культур. Психологи дослідили коло питань, що стосуються мотивацій туристів, ранжування соціальних ролей у процесі мандрівок, зв'язку туризму зі способом життя, дозвіллям, повсякденністю.

Західних учених туризм зацікавлює як соціальна практика освоєння реального і віртуального просторів у межах інформаційного суспільства.

Сучасні наукові дослідження туризму відрізняються від попередніх більш практичним їх спрямуванням, на відміну від тих, які мали переважно теоретико-пізнавальні завдання. Такі зміни в методології сучасних досліджень потребують окремого аналізу.

РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

2.1. Туризм у просторі міжкультурних комунікацій

Сучасний туризм – поширене явище в житті суспільства, яке зумовлює трансформацію культурних форм його буття. Завдяки активізації цієї діяльності посилюються комунікативні зв'язки, розширюється культурний простір, розвиваються економіка, культура, збагачується духовний потенціал особистості й суспільства.

Проблеми міжкультурної комунікації у сфері туризму лише протягом останніх кількох років почали привертати увагу вчених і практиків.

Очевидно, це пов'язано з тим, що в умовах стрімкого формування глобального туристичного простору, кількісних і якісних змін у туристичній діяльності усвідомлюється думка, що економічну ефективність туризму, екологічну стабільність і культурну різноманітність туристичних дестинацій неможливо підтримувати й розвивати без аналізу, обліку, регулювання процесів міжкультурної взаємодії в локальних і глобальних системах туризму. Крім того, вирішення проблем національної, расової нетерпимості, ворожнечі, забобонів і стереотипів, зумовлених глобалізацією, можливе завдяки діалогу культур, здійснюваному й засобами туризму.

Крім економічного значення, туризм відіграє значну роль у розширенні взаєморозуміння і довіри між людьми різних релігій і культур. Як соціокультурне явище, туризм сприяє збереженню культурної спадщини, обміну культурною інформацією, але його розвиток породжує багато запитань і проблем [9; 11].

Згідно з документами Організації Об'єднаних Націй, туризм визначають як один з необхідних видів людської діяльності, який заслуговує на схвалення й заохочення всіх народів і держав. Як миротворчий фактор, масовий міжнародний туризм сприяє взаємному спілкуванню людей різних національностей, різних держав з різними політичними системами, віросповіданнями, менталітетом та інтелектуальним потенціалом,

характерними індивідуальними відмінностями; сприяє обміну знаннями, розширює світогляд і коло інтересів; прищеплює повагу до традицій, культури, побуту, способу життя й діяльності людей з різних куточків земної кулі [12].

Здійснивши аналіз соціологічної, рекреаційної, медіативної, когнітивної й комунікативної функцій туризму, можна стверджувати, що всі вони тісно пов'язані із соціокультурним розвитком суспільства, ціннісними пріоритетами й орієнтирами соціуму. Соціокультурний розвиток суспільства неможливий без міжкультурної комунікації, що, своєї черги, є потужним чинником розвитку туризму і домінантою міжнародної туристичної діяльності.

Міжкультурну комунікацію слід розглядати як: власне діяльність; умову й організаційний принцип цієї діяльності; фактор і критерій якості туристичного продукту; професійно значущу якість і компетенцію фахівця у сфері туризму; обов'язковий компонент змісту професійної туристичної освіти [43].

Міжкультурна комунікація як діяльність передбачає взаємодію представників різних культур у процесі спільної професійної діяльності у туризмі в межах партнерської діяльності постачальників туристичних послуг і туроператорів, ініціативних і рецептивних туроператорів, діяльності ТНК, компаній рецептивного товариства з прийому й обслуговування іноземних туристів.

Міжкультурна комунікація як умова й організаційний принцип може використовуватись під час проектування й розробки туристичного продукту, розвитку маркетингових комунікацій, планування і здійснення рекламної і виставкової діяльності, організації, прийому й обслуговування іноземних туристів на території приймаючого етнокультурного або полікультурного співтовариства [1, с. 239–258.].

Рівні і сфери міжкультурної взаємодії в туризмі містять крос-культурні управлінські й технологічні, інформаційні й комунікаційні, побутові і

професійні сфери. Специфіка міжкультурної комунікації в туризмі визначається характером взаємодії типу: «гість-хазяїн», «гість-гість», «господар-постачальник», «споживач-постачальник», «постачальник-постачальник».

Відповідно до визначення міжкультурної комунікації щодо її змісту, професійну діяльність в туризмі диференціюють за чотирма основними інформаційними напрямками:

1) новаційна комунікація залучає туриста як реципієнта інформації до нових знань про властивості й ознаки явищ, об'єктів і процесів; технології і норми здійснення будь-якої діяльності, актів поведінки і взаємодії; мови, знаки та засоби соціокультурної комунікації в новому для нього лінгвокультурному оточенні країни відвідування;

2) орієнтаційна комунікація допомагає туристу як реципієнтові інформації орієнтуватися в системній структурі природного і соціокультурного простору;

3) стимуляційна комунікація впливає на мотиваційні підстави соціокультурної активності туриста;

4) кореляційна комунікація уточнює або оновлює окремі параметри названих видів знань, орієнтацій і стимулів, які певною мірою визначають життєдіяльність споживача цих послуг.

Основне навантаження у сфері міжкультурних комунікацій припадає на контактний персонал приймаючих туристичних центрів, передусім на тих, хто супроводжує – гідів-екскурсоводів, гідів-перекладачів. Саме гідів доводиться вирішувати проблеми туристів, пов'язані з їх перебуванням у чужому для них лінгвокультурному середовищі.

Одну з таких типових проблем – адаптація, яка супроводжується культурним шоком. Це цілком природна психологічна реакція людини, яка опинилася в незнайомому їй соціолінгвокультурному середовищі, під час контакту з чужою культурою. Вона викликає у людини відчуття

дискомфорту, невпевненості, замішання, психологічної дезорієнтації, тривоги і стресу.

На процес адаптації впливають різні чинники, зокрема: індивідуальні відмінності, туристичний досвід, рівень подібності або відмінності між культурами, особливості культури, до якої належить турист, особливості країни перебування, передусім спосіб, яким «господарі» впливають на туристів.

Для того, щоб адаптація відбувалася швидше і без наслідків, є кілька способів підготовки туристів і фахівців у сфері туризму до міжкультурної взаємодії – це різні тренінги й навчальні програми. Вони мають на меті розвинути такі риси мультикультурної особистості: етнокультурну сприйнятливість, толерантність, емпатію, розуміння і повагу до проявів іншої культури, що дозволяє успішно контактувати з представниками будь-якої культури, яка відрізняється від рідної, вирішувати етнолінгвокультурні конфлікти, неминучі в міжкультурному спілкуванні.

У процесі навчання виробляється комунікативна техніка виявлення потреб інокультурного клієнта, впливу на його мотивації, презентації туристичного продукту під час прямого і непрямого контакту, техніка продажів, комунікативна культура й етика рецептивних туроператорів, турагентів та інших фахівців.

Міжкультурна комунікація потребує відповідних знань, умінь і навичок, а також психологічних мотиваційних настанов, набуття яких здійснюється шляхом навчання, виховання і практичної діяльності. На думку фахівців з міжкультурної комунікації, однієї лише інформації про інокультурне й іншомовне середовище недостатньо для успішного спілкування і співпраці [41].

Слід зазначити, що теорія міжкультурної комунікації ґрунтується на теоретичних основах лінгвістики, теоріях комунікації, мовних актів, семіотики, психології, соціології, культурології, культурної антропології, порівняльної культурології, компаративістиці, конфліктології, риторики, а

також таких споріднених наук, як соціолінгвістика, психолінгвістика, лінгвоетика, лінгвоестетика, лінгвофольклористика, лінгвостилістика, аксіологічна лінгвістика тощо.

Широке зацікавлення культурним туризмом останнім часом актуалізує проблему міжкультурної комунікації. Насамперед, потрібне просвітництво приймаючої сторони (засобами ЗМІ, освіти, науки, культури), спрямоване на формування поваги, толерантності й гостинності у ставленні до туристів як представників інших культур.

Таким чином, формування настанов на міжкультурну комунікацію необхідне, по-перше, в самому співтоваристві – готовність і здатність приймаючої спільноти до міжкультурних контактів, зокрема державних інститутів і служб, ЗМІ, бізнес-спільнот, населення приймаючої країни загалом); по-друге, в туристичній галузі – адаптація програм і маршрутів до національних лінгвокультурних цільових ринків, їх інформаційне забезпечення й супровід, міжкультурний тренінг персоналу; по-третє, в туристичній професійній освіті міжкультурна комунікація має стати головним принципом побудови системи і формування змісту професійної освіти в туризмі.

На думку дослідників міжкультурної комунікації, для ефективного міжкультурного спілкування необхідно, щоб комуніканти мали спільну когнітивну базу, властиву певній лінгвокультурній спільноті, тобто певну сукупність знань і уявлень. Основою когнітивної бази є так звані прецедентні феномени, які відображають особливості національного характеру, етнічної і мовної свідомості. Прецедентні феномени – це специфічні знаки, символи або сигнали певних культурно-історичних фактів, які характеризують ціннісну базу лінгвокультурної спільноти. На думку дослідників, комплекс прецедентних феноменів фіксує і закріплює ціннісні настанови всього лінгвокультурного співтовариства, які регулюють діяльність його членів [10]. Згідно з твердженням К. Касьянкової, основу етнічного характеру становить набір предметів чи ідей, які у свідомості кожного носія певної культури

пов'язані з інтенсивно забарвленою гамою почуттів або емоцій. Виникнення у свідомості будь-якого із цих предметів або ідей спричиняє рух усієї пов'язаної з нею гами почуттів, що стає імпульсом до дії, типової для цієї культури.

Під час розробки контенту інформаційних і рекламних матеріалів, текстів екскурсій та подорожньої інформації фахівці мають зважати й наголошувати на прецедентних феноменах цільового лінгвокультурного сегмента ринку споживачів. На практиці це означає, що матеріали екскурсій для одних і тих самих маршрутів для внутрішніх та іноземних туристів кардинально відрізнятимуться. Це стосується й формування контенту рекламних статей і оголошень, сторінок Інтернет-сайтів і матеріалів виставкових експозицій, орієнтованих на споживачів різних лінгвокультур.

Туристична соціокультурна анімація повною мірою залежить від можливості реципієнта декодувати як вербальну, так і невербальну інформацію, оскільки розважально-сміхові твори більшою мірою будуються на прецедентних феноменах.

Отже, фахівці анімаційної діяльності мають формувати контент анімаційних заходів на базі універсально прецедентних феноменів або орієнтуючись на прецедентні феномени лінгвокультурної спільноти туристів. Прецедентні феномени культури іноземних туристів, як основа для організації маркетингових комунікацій, забезпечують адекватність впливу на національну свідомість, а відтак і ефективність міжкультурної комунікації, сприяючи розумінню культурних звичаїв і традицій різних країн і народів в умовах глобалізованого світу.

Важливим є соціокультурний вплив туризму на життя суспільства. Соціально-культурний вплив традиційного туризму є прямим або непрямим впливом туристів і туристичної індустрії.

Соціально-культурний вплив може бути позитивним і негативним.

Позитивним є обмін культурною інформацією. Зацікавлення туристів культурною спадщиною певної країни може викликати почуття гордості у

місцевого населення, спонукаючи їх оберігати свої національні традиції і ремесла.

Негативний вплив часто виявляється в результаті прямого контакту, але може виникати і через непропорційний розвиток туризму та неефективність реалізації потенційних можливостей. Залучення іноземців як робочої сили, а також створення нових високооплачуваних робочих місць завдяки іноземним інвестиціям можуть викликати невдоволення тих місцевих жителів, які не можуть знайти прийнятну для себе роботу або невдоволені заробітною платою. Проблема соціального напруження може поглиблюватись і внаслідок різних рівнів добробуту гостей і місцевого населення [22]. Щоб уникнути таких проблем, туристів необхідно спрямовувати в райони, де їх концентрацію можна контролювати (наприклад, за допомогою відносного збільшення цін), що обмежить потоки міжнародних туристів. При цьому великі доходи компенсуються невеликою кількістю туристів, які прибувають у країни.

Як головні виділимо наступні види негативного впливу туризму:

- забруднення стічними водами, сміттям;
- надмірне використання природних областей (лісів, гірських схилів, озер);
- руйнування природних областей для розміщення об'єктів туризму;
- вплив на культуру місцевих жителів;
- втрата історичної та архітектурної спадщини;
- одноразове збільшення щільності населення в місцях відпочинку;
- загострення соціально-економічної напруженості.

Однак не обов'язково називати соціальним впливом будь-який безпосередній контакт туристів з місцевим населенням. Нові види комунікацій, транспорту й інфраструктури, запропоновані для розвитку туризму, а також нові засоби праці зумовлюють соціальні зміни і без безпосереднього контакту. Їх можна охарактеризувати як непрямі соціальні ефекти.

Крім соціального впливу туризму, слід зважати на телевізійну рекламу споживчих товарів, на програми радіо і телебачення, які поряд зі зростанням доходів населення викликають у нього різні потреби і таким чином ще більше поглиблюють соціальні зміни. Прямий соціально-культурний вплив, зумовлений розвитком туризму, полягає у відмінностях між соціально-культурним рівнем гостей і місцевого населення. Ідеться про традиції, релігію, спосіб життя, норми поведінки, звички і багато іншого.

Таким чином, можна стверджувати, що одна з найвизначніших функцій сучасного туризму – комунікативна. Туризм – це спосіб передання інформації, чинник комунікації. Значення комунікативної функції туризму настільки важливе, що дослідники схильні вважати туризм передусім засобом міжкультурної комунікації, у якій семантичний пласт культурного простору іншої культури є джерелом інформації, він ініціює комунікативні зв'язки під час подорожі на рівні індивідів, соціумів, культур. За допомогою туризму інформація може бути передана як вербально, так і в діях, поведінці, за допомогою знаково-символічного коду іншої культури. Крім того, туризм стає інструментом збереження і трансляції традицій і наступності культури.

2.2. Розвиток сталого туризму в Україні

Стрімке зростання чисельності населення на планеті протягом ХХ століття, урбанізація, перманентне збільшення доходів, підвищення культурного рівня, інтенсивний розвиток сектора сервісної економіки у структурі світового господарства, а також взаємозближення країн створюють сприятливі політичні, матеріальні й соціально-психологічні умови для інтенсивного розвитку міжнародного туризму, для перетворення його на один із найпотужніших сегментів світової економіки. Однак неконтрольоване зростання туризму призвело до серйозних проблем в екології, культурі, соціальному розвитку, що змусило людство звернути увагу на збереження природних, історичних і культурних цінностей. Принципи охорони біосфери у глобальному масштабі закріплені 1992 року під час конференції ООН з

навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро. Ідеться про схвалені програмний документ «Порядок денний на XXI століття» («Agenda 21») і Декларацію з навколишнього середовища і розвитку.

Прийняття цього документа стало початком радикальних нововведень у сферу туризму, зокрема принципу сталого розвитку туризму, запропонованого ЮНВТО (United Nations World Tourism Organization; UNWTO).

Термін «сталий розвиток» був уведений в обіг Міжнародною комісією з навколишнього середовища і розвитку (Комісія Брунтланд) 1987 року.

Сталый розвиток як такий задовольняє потреби нинішнього часу, але не перешкоджає майбутнім поколінням задовольняти свої потреби. Нині концепція сталого розвитку розглядається як нова соціально-економічна парадигма і в Україні, зокрема здійснюються міжнародні програми з упровадження сталого туризму.

Україна, для якої міжнародний туризм є молодою галуззю, перебуває на етапі його становлення, дедалі активніше долучається до світового ринку туристичних послуг. Вона має цілком реальні можливості й умови для нарощення свого потенціалу, зокрема завдяки наявності унікальних природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, багатій флори і фауни, різноманітних форм відпочинку.

У спеціальній літературі, іноземній і вітчизняній, проблеми сталого розвитку туризму розглядалися лише епізодично. Простежимо, як розвивалося вивчення проблем сталого туризму в Україні, а також умови і засоби ефективного залучення України до міжнародного ринку туристичних послуг на основі положень концепції сталого розвитку туризму [15].

В Україні проблеми сталого розвитку почали обговорювати досить давно. Так, 1992 року уже були здійснені значні кроки для вироблення нових орієнтирів у розвитку країни на засадах постіндустріальної економіки. 1998 року при Кабінеті Міністрів України відповідною постановою було створено Національну комісію сталого розвитку України, до складу якої увійшли

відомі вчені. На сьогодні за їх участю розроблена Концепція сталого розвитку України, її схвалено Верховною Радою України [37]. Наукові основи національної стратегії сталого розвитку України ґрунтуються на властивих державі геополітичних, географічних, демографічних, соціально-економічних та екологічних особливостях. Для розвитку туристичної індустрії України на засадах сталого туризму також необхідні нові, інноваційні підходи [15].

Застосування моделі сталого туризму потребує структурної адаптації національної економічної системи, ефективного використання наявних ресурсів і активного застосування інструментів державного регулювання розвитку туристичної галузі. Багато науковців зосереджують увагу на рекреації і туризмі як головних сучасних тенденціях в соціально-економічному розвитку.

На необхідність раціонального використання потенціалу курортно-рекреаційного комплексу звертали увагу В. Шмагіна і С. Харічков. Вони наголошували., що це «... диктується перспективами відчутних економічних результатів і соціальних наслідків розвитку цього сектора національної економіки, який може і повинен стати реальним засобом її оздоровлення, культурного і духовного відродження народу України, відтворення її трудового потенціалу».

Одним із засобів збереження і збільшення життєвої усталеності людини сьогодні має стати соціальна стратегія, яка сприятиме створенню такого середовища, у якому зміни збагачували б людину, сприяли її саморозвитку і забезпечували гідні спосіб і якість життя. Тому, на думку вчених, суттєво посилюється роль туризму і рекреаційної діяльності як процесу виробництва і реалізації специфічних, соціально орієнтованих товарів і послуг, які мають задовольняти духовні і матеріальні потреби людини [15].

Одним із головних напрямів досліджень для українських науковців стала розробка концепції сталого розвитку туризму в Україні [3]. Концепція

сталого розвитку туристичної галузі – це система уявлень, яка визначає єдину політику розвитку цієї галузі.

Зокрема, О. Литвинова головними елементами концепції розвитку сталого туризму в Україні вважає методи й інструменти державного регулювання, які мають бути гармонізовані з вимогами і потребами сталого туризму, його перспективами. Платформою для розвитку цієї концепції є стале виробництво туристичного продукту, сталий стиль життя місцевих громад і стале споживання. На думку Н. Свиридової, у цій концепції необхідно врахувати всі стратегічні пріоритети і цілі розвитку туристичної галузі, важливі напрями і засоби визначених цілей [47, с. 167]. Концепція має повністю відображати позицію регіону щодо стратегії розвитку туристичної галузі на довгострокову перспективу і містити конкретні заходи з її реалізації. Г. Казачковська вважає, що сталий розвиток туризму та курортних територій можливий за умови дотримання рівноваги між збереженням природних та історико-культурних ресурсів, економічними інтересами, соціальними потребами і розвитком туризму, а також формуванням якісного національного туристичного продукту.

Серед фундаментальних праць, присвячених розвитку сталого туризму в Україні, слід назвати монографію Т. Ткаченко. У ній досліджено теоретичні, методологічні та прикладні аспекти розвитку туризму. Доведено необхідність розглядати туризм як складну систему в єдності соціальної, економічної та екологічної компонент, подальший генезис якої базуватиметься на ідеї сталості. Визначено сучасне місце туризму у процесі суспільного відтворення й у структурі економіки, запропоновано концептуальні засади формування ринкового механізму управління туризмом і суб'єктами туристичного бізнесу за моделями економічного зростання і сталого розвитку в умовах конкурентного середовища. На думку Т. Ткаченко, концепція сталого розвитку туризму містить два ключові положення. По-перше, про необхідність задоволення потреб усіх верств населення, зокрема малозабезпечених і соціально незахищених, завдяки

соціальним формам туризму. Причому в туризмі майже рівнозначно виявляються економічні та соціальні потреби людини. По-друге, про недостатність необхідних ресурсів, що обмежує можливості середовища задовольняти нинішні та майбутні потреби суспільства. Основною складовою обмежень у сталому розвитку туризму є навколишнє природне середовище, а також економічні, соціально-побутові і культурологічні обмеження, зумовлені організацією суспільства, станом технологій, рівнем освіти і культури населення.

Ряд досліджень присвячені формуванню стратегії розвитку рекреаційного регіону з урахуванням екологічної складової [2; 7]. Необхідність забезпечити сталий розвиток регіону висуває відповідні вимоги до навколишнього середовища і до вирішення проблеми взаємодії природи і суспільства.

Концепція сталого розвитку регіону визначає актуальність створення такої системи, яка б забезпечувала збалансовану модель відносин між природним середовищем, різними видами господарської діяльності та соціально-економічними інтересами різних груп населення. Такий підхід до розуміння сутності сталого розвитку надав змогу О. Личаку і Є. Вацеті розглянути механізми регуляції антропогенного впливу на стан навколишнього середовища в регіоні. Зважаючи на принципи сталого розвитку і масштаби впливу на нього, О. Личак і Є. Вацет обґрунтували підходи до створення цілісної регіональної систем екологічного регулювання, зокрема соціально-економічних, управлінських, науково-технічних, інформаційних структур, які забезпечують еколого-господарський баланс території. Екологічна інфраструктура, на їх думку, саме в такому комплексному аспекті постає як регіональна система екологічного регулювання [15].

О. Гулич вважає, що методологічною основою розробки стратегій сталого (екологічно збалансованого) розвитку курортно-рекреаційних територій і туристичних центрів має стати дотримання умов збереження

сталості рекреаційного природного капіталу. Іншими словами, екологічної збалансованості розвитку курортно-рекреаційних територій і туристичних центрів можна досягти лише за умови, якщо попит на економічну діяльність з використанням рекреаційних і туристичних ресурсів не перевищуватиме пропозицій цієї екосоціосистеми. Найдоцільнішою формою реалізації концепції, на її думку, є цільові комплексні програми відповідних рівнів: державні, регіональні (обласні), локальні (конкретні курортно-рекреаційні території чи туристичні центри).

На думку Н. Ветрової, стратегічні перспективи як загальний напрям розвитку діяльності рекреаційного регіону не можуть не відобразити суб'єктивних думок й спрямованості їх розробників, тому для долавання можливих суперечностей між господарюванням і станом довкілля має діяти система стратегічних заходів екологічного спрямування, яка регламентуватиме ведення рекреаційно-економічної діяльності. У такій системі поєднуються соціально-організаційні, оціночно-прогнозні і технічні заходи, які нададуть можливість уникнути неузгодженості екологічних параметрів території і рекреаційно-економічної діяльності [20, с.17].

Методику оцінювання інтегрального показника рівня еколого-економічного розвитку курортної території пропонує Н. Мельникова, яка вважає, що результати її застосування дадуть змогу обґрунтувати допустиме антропогенне й техногенне навантаження на екологічну систему курортної території, мінімізувати негативний вплив процесів життєдіяльності регіону на навколишнє природне середовище, а також екологічно регламентувати економічну діяльність, сприяючи цим стабільності соціально-еколого-економічного розвитку території. Розроблена автором методика спрямована на визначення рівня екологічного розвитку курортної території за допомогою обчислення інтегрального показника, який визначає невідкладні еколого-економічні проблеми, характерні для конкретного територіального утворення. На думку Н. Мельникової, застосування цієї методики дасть змогу розробити систему організаційно-технічних та організаційно-

економічних заходів для підвищення соціально-економічної ефективності функціонування регіону та гармонізації екологічної, економічної, соціальної та суспільної систем. І. Яковенко обґрунтувала необхідність розробити й налагодити моніторинг рекреаційного природокористування (рекреаційного, економічного, ландшафтного, екологічного і медико-біологічного).

Набуває актуальності розробка показників для оцінювання стану навколишнього природного середовища. Зокрема, Л. Мельник, О. Вік і О. Кубатко для з'ясування навантаження на соціоприродне середовище запропонували використовувати модернізовані динамічні функції Коба-Дугласа, за допомогою яких визначається вплив технологічних зрушень в економічній системі, відновлюваних та невідновлюваних природних ресурсів на виробництво валового регіонального продукту.

Т. Чугунова і А. Фененко дослідили проблеми сталого розвитку курортних регіонів, проаналізували діючі критерії оцінювання та обґрунтували показники щодо оцінювання природокористування в курортних регіонах Криму.

Важливе значення для розвитку сталого туризму має цілеспрямована й послідовна політика держави. Це стосується підтримки і розбудови туристичної сфери, розвитку туристичної інфраструктури, створення умов для підвищення привабливості регіонів для іноземних і внутрішніх туристів, якості туристичних послуг, забезпечення їх комплексності.

Роль органів державної влади в регулюванні сфери туризму є об'єктом дослідження багатьох українських учених. Основні аспекти формування й функціонування механізму державного регулювання туристичної галузі, розробка й обґрунтування напрямів його вдосконалення набули висвітлення у працях О. Виноградова, Л. Донченко, К. Жадько та ін.

Аналіз наукового доробку з досліджуваної проблематики доводить, що автори пропонують різні механізми державного регулювання туризму, зокрема: організаційні, економічні, організаційно-економічні, нормативно-правові, регламентуючі, контролюючі, коригуючі, соціальні, стимулюючі,

інформаційно-аналітичні, адміністративні, соціально-психологічні. Водночас, окремі положення щодо теоретико-методологічного забезпечення державного регулювання туризму є дискусійними. Крім того, дослідники так і не дійшли згоди щодо головної мети державного регулювання туризму. Досить детальний аналіз публікацій з теми формування й функціонування механізму державного регулювання туристичної галузі здійснила О. Мельниченко.

Ще один напрям досліджень – визначення головних зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку туристичної індустрії та оцінка сталого розвитку. Так, С. Цьохла визначила основні зовнішні і внутрішні фактори розвитку туристичної індустрії (зовнішні – політичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні фактори; внутрішні – попит, пропозиції та поширення, зростання ролі сегментації ринку, посилення горизонтальних інтеграцій тощо). На її думку, класифікація факторів впливу надасть змогу здійснювати цілеспрямоване управління діяльністю і формувати програму сталого розвитку. Саме позитивна дія факторів пріоритетного розвитку туризму в національній економіці забезпечує високі економічні результати, стабільну діяльність і успішне вирішення соціальних питань.

Для оцінювання сталого розвитку на рівні країни Б. Данилишин і О. Веклич рекомендують використовувати міжнародні рейтинги: індекси конкурентоспроможності, економічної свободи у світі, людського розвитку, якості життя, екологічних досягнень тощо.

Отже, можна стверджувати, що останнім часом в українському суспільстві розглядаються всі можливі варіанти реалізації «Стратегії сталого розвитку туризму». Зокрема, розкрито стратегічні орієнтири сталого розвитку суб'єктів господарювання у сфері туризму, досліджено економічну і соціальну доцільність екотуристичних технологій для сталого розвитку туристичної індустрії, обґрунтовано географічний підхід до рекреаційно-туристичного природокористування, визначено концептуальні засади формування ринкового механізму управління рекреаційним потенціалом.

Однією з основних проблем переходу України до моделі сталого туризму була і є відсутність кваліфікованих кадрів, які здатні своєю діяльністю сприяти цим процесам, уміють кількісно оцінити вплив на навколишнє середовище (функціонування природних екосистем) різних форм і видів туризму, окремих об'єктів і турів, як і збитки сфери туризму від інших форм господарської діяльності; уміють під час планування поєднувати соціальні, економічні й екологічні цілі. Останніми роками увагу дослідників привертають питання регіонального розвитку туризму на засадах сталого розвитку.

Висновки до розділу 2

Підсумовуючи, можна стверджувати, що проблеми сталого розвитку туризму в Україні набувають дедалі більшої актуальності і привертають увагу дослідників, адже сучасний його стан вони одностайно визнають нестабільним.

Здійснені дослідження свідчать про відсутність комплексного підходу, зокрема дискусійність в оцінюванні стану й перспектив розвитку індустрії туризму з урахуванням базових принципів сталого розвитку.

Майже всі науковці поділяють думку, що для забезпечення сталого розвитку туризму в Україні необхідно підвищити рівень використання ресурсного потенціалу, налагодити підготовку фахівців для сфери туризму, розвивати транспортну інфраструктуру, знизити сезонність і просторову нерівномірність розподілу туристів, підвищити фінансові показники роботи підприємств індустрії туризму, вирішити питання взаємозв'язку між природоохоронною діяльністю і сталим туризмом тощо. Особливо складними є проблеми, які потребують державного вирішення.

Нині поширена думка, що найефективнішим об'єктом управління в умовах сталого розвитку галузі є кластери, які можуть включати підприємства транспорту, зв'язку, харчування, легкої промисловості тощо, а також які пов'язані з цим кластером.

РОЗДІЛ 3. ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

3.1. Сучасний туризм як глобальна культурна практика

Вирішення проблем формування цілісності загальнонаціонального культурно-комунікаційного простору, збереження історичної пам'яті, долання негативних стереотипів у відносинах між регіональними й етнічними групами становить стратегічне завдання державної політики в гуманітарній сфері. Це зумовлено формуванням української нації як політичної (громадянської) і загальнонаціональної ідентичності громадян України.

Останнім часом Україна дедалі активніше співпрацює з Європейським Союзом у різних сферах суспільного розвитку, зокрема й у сфері адаптації українського законодавства і системи державного управління до стандартів ЄС. Важливим етапом на шляху до європейської інтеграції є парафування Угоди про асоціацію, що відбулося в березні 2012 року. Ця подія стала важливим кроком на шляху до посилення європейської інтеграції України. 1 вересня 2017 року після тривалого процесу ратифікації Угода про асоціацію між Україною і ЄС набула чинності у повному обсязі.

Процес європейської інтеграції зумовлює важливі перетворення в державній політиці України на національному і місцевому рівнях стосовно різних сфер суспільного життя.. У культурному секторі України так само спостерігається пошук співробітництва з ЄС, мета якого – не лише налагодження культурних обмінів та діалогу, а й зміна системи й підходів до управління цією галуззю, які б ґрунтувалися на засадах демократії, визнання культурних прав і свобод людини.

Механізмом вирішення завдань і цілей Європейського Союзу у сфері культури є відповідні програми, запроваджені Європейським Союзом. Так, після набуття чинності Маастрихтського договору Європейський Союз започаткував процедуру надання грантів у секторі культури за допомогою

Європейського Соціального Фонду, Європейського Фонду Регіонального розвитку. Провідними напрямками у підтримці культурної діяльності стали заходи із збереження культурної спадщини, розвитку мистецтва і літератури.

Протягом 2007-2013 років Європейська Комісія втілювала програму «Культура», яка мала на меті сприяти міждержавному руху культурних продуктів, працівників культури та налагодженню міжкультурного діалогу, культурній різноманітності і збагаченню культурної спадщини шляхом міждержавного співробітництва, зокрема з країнами-партнерами ЄС.

Програма була спрямована на вирішення таких завдань: забезпечити рух працівників культури, посилити міждержавний обмін культурними продуктами та міжкультурний діалог. Важливо, що міжкультурний підхід до втілення державної політики набуває нині все більшого поширення серед держав-членів ЄС та інших країн, які прагнуть гармонізувати культурну політику і досягти злагоди в суспільстві.

Із набуттям чинності Лісабонського договору програма «Культура» не обмежується лише культурним співробітництвом, вона поширена в межах ЄС загалом. Крім того, після прийняття ЮНЕСКО Конвенції про охорону та заохочення різноманітності форм культурного самовираження (2005), у підготовці та прийнятті якої важливу роль відіграв і Європейський Союз, програма «Культура» відкрилась і для інших країн-учасниць цієї Конвенції.

Україна після ратифікації 2010 року Конвенції про охорону та заохочення різноманітності форм культурного самовираження так само має доступ до участі в цій програмі. З огляду на актуалізацію міжкультурного діалогу, програма «Культура» заохочує до контактів між державами як у межах певного регіону (Схід-Схід), так і між різними регіонами й державами, зокрема з державами-членами ЄС (Схід-Захід).

Участь України у програмі «Культура» значно розширює можливості діалогу та поглиблення політичного співробітництва з ЄС засобами культури, сприяє наближенню українського законодавства у сфері культури до європейських стандартів, відкриттю кордонів для руху українських

культурних продуктів та працівників сектора, зростанню інвестицій у сферу культури України.

У цьому сенсі, сучасний туризм як глобальна культурна практика відіграє важливу роль, оскільки став глобальним чинником розвитку цивілізації, однією із складових економіки, соціальної сфери, духовної культури [36]. Процеси, що відбуваються в туристичній індустрії світу, позначилися і на розвитку туризму в Україні. Державні документи про туризм визначають його як одну із пріоритетних сфер розвитку національної культури й економіки. У Манільській Декларації Всесвітнього туризму (1978) стверджується, що сучасний туризм відповідає основному праву людини на відпочинок, проте в ній також зазначено, що «у практиці туризму елементи духовності мають переважати над технічними й матеріальними» [36, с. 53].

Нове розуміння ролі культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурної різноманітності у світі розширюють перспективи культурного туризму як ресурсу регіонального розвитку, а також впливу на соціальну й культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини. Це зумовлено тим, що в сучасному світі туризм із переважно економічного феномена перетворюється на соціальний і культурний.

У цьому напрямі Україна має докласти значних зусиль, щоб досягти туристичної конкурентоспроможності. Важливо усвідомлювати роль туризму в розвитку країни, сформулювати пріоритети, завдання і заходи, тобто той інструментарій, застосування якого мало б швидко і з користю для суспільства піднести рівень розвитку туристичної галузі до світового [13].

Необхідність вивчення й розвитку сфери культурного туризму ґрунтується на розумінні важливої ролі для людини культурно-пізнавальної діяльності, створення умов для задоволення її культурних потреб, пізнання історії, релігії, традицій, дотримання особливостей способу й стилю життя, загалом – культури інших народів. Більш повне уявлення про ці аспекти

людського життя формуються в результаті безпосередніх контактів з носіями культури, які стають можливими завдяки культурному туризму. Відповідно до регіональності України, набуває актуальності вивчення впливу культурного туризму на розвиток окремих регіонів [11, с. 169-179].

Незважаючи на всі труднощі, сучасний період відзначається розвитком нових тенденцій в культурному житті: повертаються із небуття імена видатних діячів, культурні пам'ятки, події, по-новому оцінюється історична спадщина. Тому для більшості українських регіонів орієнтація на культурний туризм стає однією з реальних можливостей економічного, соціального й культурного піднесення. Виявлення його потенціалу як ресурсу розвитку регіону пов'язане з потребами суспільної практики, необхідністю допомогти територіальним співтовариствам оптимізувати залучення широких верств населення до співробітництва з іншими культурними співтовариствами, а також з довгостроковим прогнозуванням розвитку території [11].

Теоретико-методологічні аспекти розвитку туризму протягом останніх років активно досліджують українські і зарубіжні фахівці, зокрема філософи, культурологи: В. Пазенок, В. Федорченко, С. Горський, М. Цюрупа. У своїх працях вони розглядають туризм як явище культури і чинник духовного розвитку особистості, виявляють світоглядні аспекти туризму.

Аналіз опублікованих наукових праць виявив, що певні проблеми регіонального розвитку туризму, неоднозначність підходів до вивчення туристичної привабливості регіону, формування стратегій розвитку туристичних комплексів ще не набули належного розгляду. Для формування ефективної культурної політики необхідно проаналізувати сучасний стан культурного туризму в Україні й обґрунтувати особливості історико-культурних регіонів України для того, щоб створити іміджеві бренди і маршрути за різними історико-культурними напрямками [11].

Культурний туризм – це світовий соціокультурний феномен зі своєю гуманітарною і глобальною місією. Зокрема, його мета – привернути увагу широкої світової громадськості до проблем збереження культурної

спадщини, національних етнокультур, культурної самобутності, культурної різноманітності, а також до проблем взаємодії туризму і культури, туризму і міжкультурного діалогу [11].

Багато міжнародних організацій спрямовують свою діяльність на відображення сутності культурного туризму в концепціях, проектах, конгресах, конференціях, деклараціях, конвенціях. Не залишилась осторонь питань розвитку культурного туризму й Україна. Аналіз сучасного стану культурного туризму в Україні свідчить про активізацію туризму на різних рівнях українського суспільства.

Як відомо, Україна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурного туризму. Однак майже 70 % об'єктів культурної спадщини перебувають в незадовільному стані (кожен десятий об'єкт – в аварійному), вони потребують реставрації або реконструкції, облаштування для туристичних відвідувань [11].

Донині не розроблено методологічних засад функціонування пам'яток історії і культури як екскурсійного туристичного об'єкта. Внаслідок цього складові історико-культурної спадщини залучаються у сферу туристичної діяльності безсистемно, а їх пізнавальна функція мінімальна. Із 418-ти пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти; із 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98; із 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлені 28 [34].

Усе це перешкоджає розвитку культурного туризму в Україні, а сьогодні очевидним є його спад. Для додання цієї кризи необхідно об'єднати зусилля працівників сфери науки туризмології, культури та менеджерів туризму

В Україні є значна кількість пам'яток культури світового значення. Але недостатня організація, у деяких випадках – неосвіченість гідів, відсутність належної інфраструктури призводять до зменшення потоку іноземних і вітчизняних туристів, які бажають відвідати культурні ландшафти України.

Обґрунтування наукових засад культурного туризму створює умови для змін на краще. Слід зазначити, що у законодавстві досі не визначено завдань з ефективного використання історичного й культурного потенціалу країни для поліпшення якості національного туристичного продукту.

Для вирішення цих проблем, на нашу думку, слід звернути увагу на поняття історико-культурного регіону, яке має значення під час розробки іміджевих брендів та маршрутів за напрямками, оскільки простори, утворені культурно-історичними об'єктами, певною мірою визначають локалізацію рекреаційних потоків і напрями екскурсійних маршрутів [11].

Процес регіоналізації, як органічна складова суспільно-політичних і економічних перетворень на пострадянському просторі, актуалізував не тільки питання про необхідність вироблення ефективної регіональної політики, а й про наукове осмислення передумов і процесу формування окремих регіонів країни в історичному і культурологічному вимірах [17].

Поняття регіону сьогодні широко використовується з багатьох причин.

Явища регіоналізації мають різні причини: соціально-економічні, політико- правові, історичній етнографічні. Без урахування усіх цих складових неможливо здійснювати зважену політику, спрямовану на всебічний розвиток суспільних процесів в сучасній Україні [11].

Відзначаючи сталу тенденцію до зацікавлення історією регіонів, Т. Попова наголошує, що вона цілком збігається із загальною тенденцією, яка чітко позначилася в поступовому русі світового історіографічного процесу останньої третини ХХ ст. і пов'язана з вивченням регіональних культур та їх взаємовпливу, а також впливу на локальні об'єкти природно-географічних, соціоетнічних, геополітичних, історико-культурних чинників.

Утім, як зазначає одна із провідних українських учених-регіоналістів Я. Верменич, у контексті «глоболокалізму» (local-global nexus) традиційні аспекти аналізу регіональної специфіки крізь призму категорій економічної географії і теорії управління явно недостатні. «Пріоритетним є її розгляд в

історико-культурологічному аспекті, зокрема з погляду того, як впливає регіональна строкатість на життєдіяльність соціумів».

На думку Я. Верменич, «необхідність уважного дослідження історичних регіонів, як певної цілісності, зумовлена потребами деталізації історичного процесу, виявлення регіональних особливостей і чинників, що їх зумовлюють, оптимізації аналізу співвідношення загального та часткового в історії. Осмислення таких особливостей диктується також практичними цілями, оскільки без розуміння історичного підґрунтя неможливо з'ясувати інтереси і потреби певного регіону. Неабияке значення мають також пізнавальні та популяризаторські цілі – саме на дослідженні «малої Батьківщини» здебільшого ґрунтуються патріотичні почуття» [19, с. 14].

Особливе геополітичне положення України, яка перебуває на межі Великої Європи і Євразійського регіону, значні розміри території (перше місце в Європі) і чисельність населення, різноманітність природних умов, складну історію формування сучасної незалежної Української держави, різні способи економічного освоєння території й інших фактори стимулювали формування у межах країни регіонів, які мають яскраво виражену специфіку, а часто і внутрішню цілісність [11].

В Україні є самобутні історико-культурні області, які сформувались внаслідок взаємовпливу трьох основних історичних векторів геополітичного розвитку – західного, східного і південного. Ці регіони мають своєрідну природну, етнічну, релігійну основу. Їх досліджували Р. Туровський («Культурна й політична географія України») і А. Малигін («Україна: соборність і регіоналізм»), спираючись на які, коротко охарактеризуємо їх

Галичина (Львівська, Івано-Франківська та частина Тернопільської області) – західна частина України історично перебувала в складі Польщі й Австро-Угорщини, і тільки 1939 року увійшла до складу СРСР.

Волинь (Волинська й Рівненська області) – північно-західна частина України – перебувала у складі Польщі, а після – у складі Російської імперії.

Повернулася до складу Польщі між двома світовими війнами.

Північна Буковина (Чернівецька область) – південно-західна частина України – перебувала в складі Молдавського князівства, Османської й Австро-Угорської імперій, а між світовими війнами – у складі Румунії.

Закарпаття (Закарпатська область) – крайній захід України – входило до Угорського королівства, Австро-Угорської імперії й Чехословаччини.

Регіон має особливу «русинську ідею», слов'янські корені і православну віру.

Західне Поділля (Хмельницька, Вінницька та частина Тернопільської області) – перебувало у складі Литви, а потім Польщі, відійшло до Росії наприкінці XVIII століття. Цей регіон із православною культурою зазнав значного польського і єврейського впливу.

Середнє Придніпров'я (Кіровоградська й Черкаська області) – перейшло із складу Польщі до складу Росії протягом XVII – XVIII століть.

Один з основних, поряд з Києвом і Дніпровським Поліссям, центр історичної української культури [26].

Дніпровське Полісся (Київська, Чернігівська й Житомирська області) – регіон, що був у складі Литви й Польщі, за який Росія боролася з початку XIV століття, але остаточно до її складу він увійшов наприкінці XVII століття.

Північно-Східна Україна (Полтавська, Сумська й Харківська області) – у складі Росії із середини XVII ст., цей регіон поєднує Слобожанщину й Гетьманщину (деякі дослідники вважають їх самостійними регіонами) і з'єднує українську і південноросійську культури.

Нижнє Придніпров'я (Дніпропетровська та Запорізька області) – тут була Запорізька Січ, входження якої до складу Московської держави й визначило подальшу історичну долю України аж до 90-х років XX століття.

Як і в ті історичні часи, нині культура регіону відрізняється самобутністю і своєрідністю [11].

Донбас (Донецька й Луганська області) – регіон індустріально колонізований Росією протягом XVIII-XIX століть. Історично дуже близький до Росії.

Українське Причорномор'я (Одеська, Херсонська, Миколаївська області, а також частина Закарпатської області) перейшло до Росії з Османської імперії в результаті російсько-турецьких воєн XVIII століття. Це багатонаціональний регіон України. Українське й російське населення на більшості територій з'явилося в XVIII-XIX століттях. Спільна колонізація визначила русофільську орієнтацію політичної культури регіону, яка також мала назву Новоросією.

Крим (АР Крим і Севастополь) – це наймолодший поліетнічний і багатоконфесійний регіон, який став частиною Новоросії 1783 року і переданий УРСР 1954 року. Цей регіон був колонізований протягом XVIII-XIX століть, а також після Другої світової війни у зв'язку з переселенням переважно росіян із Центральної Росії. Тому він недостатньо пов'язаний з іншою територією України. Ускладнює політичну ситуацію в Криму повернення із Середньої Азії виселених 1945 року кримських татар. Нині Крим окупований Росією [11].

Головною складовою історично-культурних регіонів є колишня «земля», що з часом набула значення історичної області. Вона окреслює зональний тип регіональної культури, цілком своєрідної, яка зберігається у пам'яті людей як символ етнічної історії. Часто історична зона фіксує етапи давнього розселення або періоди освоєння нових земель, нарешті, вона є пам'яттю про землі, відокремлені від українського етнічного масиву.

Серед найдавніших земель – Надбужжя, Холмщина, Перемишльщина, Галицька земля, Наддністрянщина, Попруття, Подесняння, Надросся, Надтясминщина, Переяславщина, Надпоріжжя, Буджак, Надслуччя, Подоння; серед земель, освоєних українським людом, найвідоміші «задніпровські місця»: Українська лінія, Нова Слобода, Нова Сербія, Слов'яно-Сербія, Новоросія, а серед земель, що колись становили єдиний етнічний масив

України, – Кубанщина, Мармарощина, Берестейщина, Сновська земля. На українському етнічному ґрунті нині збереглося п'ять етнографічних груп: гуцули, бойки, лемки, поліщуки та литвини [11].

Отже, внаслідок поетапного розвитку етнічності склалася надзвичайно різноманітна її структура, якій від початку характерна строкатість археологічних культур та етноплемінних компонентів, а надалі – нашарування додали етнорегіональної різноманітності та іноетнічних вкраплень.

За певних умов регіональна культура може бути й уособленням загальноетнічних цінностей, відбиттям національного духу. Таких ознак набули культура і ментальність запорізького козацтва. Починаючи з XVI століття, на традиційну українську етніку нашаровується новий потужний пласт — козацька культура і козацький тип національного характеру.

Ще за часів СРСР історико-культурну спадщину намагалися використати у туристичних маршрутах, які б репрезентували Україну як регіон Радянського союзу [11].

Україна – одна із найбільших держав у Європі, вона багата на природно-рекреаційні ресурси, численні пам'ятки, які відображають її багатовікову історію й культуру. Серед них найбільше значення мають історико-культурні пам'ятки часів Київської Русі (IX – XII ст.) і періоду національно-визвольної боротьби українського народу у XVII столітті, архітектурні пам'ятки (оборонні, культові, цивільні) різних епох і стилів; музеї, у яких зберігаються дорогоцінні колекції творів мистецтв; місця, пов'язані із життям і творчістю видатних діячів історії, науки й культури; меморіальні комплекси тощо.

Україна бере активну участь у роботі щодо оновлення Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні станом на 2017 рік налічує 7 найменувань, що приблизно становить 0,65% від загальної кількості об'єктів Світової спадщини у світі (1073 станом на 2017 рік. Вікіпедія) : київський Софійський собор і Києво-

Печерська лавра, церква Спаса на Берестові; ансамбль історичного центру Львова; пункти геодезичної дуги Струве; незаймані букові ліси Карпат; резиденція митрополитів Православної церкви Буковини і Далмації; стародавнє місто Херсонес Таврійський та його хора; дерев'яні церкви Карпатського регіону. Існує ще один список – об'єктів, що пропонуються включити до Списку всесвітньої спадщини. Наразі він нараховує 15 споруд і заповідників: комплекс Борисоглібського і Спасо-Преображенського собору в Чернігові; могила Тараса Шевченка та державний історичний та природний музей-заповідник у Каневі; національний степовий біосферний заповідник «Асканія-Нова» у Херсонській області; культурний ландшафт Кам'янець-Подільського; дендрологічний парк «Софіївка»; кам'яна Могила у Запорізькій області; комплекс давніх астрономічних обсерваторій, розташованих у Києві, Одесі, Миколаєві та Криму; Миколаївська астрономічна обсерваторія; історичний центр і порт Одеси; комплекс Кирилівської та Андріївської церкви у Києві; Пости та укріплення на торгових шляхах генуезців від Середземного до Чорного морів; скельні міста Мангуп-Кале і Ескі-Кермен, розташовані у Бахчисарайському районі Криму; комплекс пам'яток Судацької фортеці; бахчисарайський палац кримських ханів; місто-фортеця Чуфут-Кале разом із тим же Бахчисарайським палацом кримських ханів.

З метою збереження й ефективного використання природно-рекреаційних й історико-культурних ресурсів України, особливу цінність якого становить найбільша водна артерія країни Дніпро, було розроблено систему туристичних маршрутів [11].

Ідея туристичного освоєння регіону Дніпра виникла ще у 70-і роки минулого століття. Проект спочатку мав назву «Давньоруське намисто» («Древнерусское ожерелье») і був задуманий як своєрідний аналог російського «Золотого кільця». Проект «Намисто» охоплював кілька маршрутів по князівських містах, палацово-паркових комплексах Чернігівської, Сумської, Полтавської областей і м. Київ. Українська

туристична система мала певні переваги перед своїм прообразом – усі маршрути були замкнені, це свідчило не тільки про їх більшу туристичну привабливість, емоційну насиченість, а й економічну ефективність. Пізніше з ідеологічних міркувань назву було змінено на «Намісто Славутича».

Нині система туристичних маршрутів «Намісто Славутича» охоплює дванадцять областей України: Дніпровську (Дніпропетровську), Житомирську, Запорізьку, Київську, Кіровоградську, Миколаївську, Одеську, Полтавську, Сумську, Херсонську, Черкаську, Чернігівську і м. Київ.

Можна навести приклади окремих проектів, втілених в регіонах України для втілення в життя ідей культурного туризму. У Запорізькій області протягом липня – серпня 2007 року в рамках проекту «КАНАДА-УКРАЇНА: «Регіональне врядування та розвиток»» здійснено аналітичне дослідження історико-культурного і курортно-туристичного потенціалу з метою діагностування нинішнього стану і визначення перспектив розвитку галузі. Мета дослідження: здійснити опис історико-культурних і курортно-туристичних ресурсів розвитку Запорізької області; ідентифікація основних проблем історико-культурної та курортно-туристичної галузей; надання рекомендацій щодо визначення пріоритетів розвитку історико-культурної та курортно-туристичної галузей [11].

Окрім рекомендацій з розвитку інфраструктури, запропоновано створити такі іміджеві бренди і маршрути: Запоріжжя історичне (Серцевина бренда – відродження історико-культурних та господарських традицій Українського козацтва.); Запоріжжя заповідне; Запоріжжя етнокультурне; Запоріжжя курортно-туристичне. Створення іміджевих брендів має ґрунтуватись, перш за все, на збереженні пам'яток історико-культурної спадщини і на їх залученні до туристичної інфраструктури.

Таким чином, активізація досліджень регіональної науково-історичної проблематики, поглиблення «регіоналізації» є одним із важливих чинників, які сприяють визначенню своєрідності історико-культурних областей України, їх самобутнього образу з усіма етнографічними й історичними

складовими, сприяють формуванню специфічних дослідницьких підходів, актуалізації джерельної бази, уведенню в науковий обіг нових обсягів історичної інформації [11, с. 179].

Як відомо, етнокультурні і національні символи персоніфікують певні культурно-ціннісні й ідейні орієнтири суспільства чи його певної частини.

Тому створення й закріплення в масовій культурі конкретних символів сприятиме поширенню в суспільстві відповідних культурних цінностей і формуванню нових світоглядних ідеалів [17].

Використання значного рекреаційно-туристичного потенціалу України потребує підтримки уряду і місцевих органів влади, наукового й рекламно-інформаційного просування національного туристичного продукту на зовнішньому ринку. А для цього необхідно розробити загальнодержавну програму з формування іміджевих брендів, які б репрезентували Україну в усій її історично-культурній різноманітності. У відділі соціокультурних та етнонаціональних досліджень Міністерства культури України були розроблені і запропоновані пропозиції з урахуванням можливостей туризму у формуванні культурної політики України.

3.2. Перспективи розвитку індустріального туризму в Україні

Стрімкий розвиток технічного прогресу у ХХ столітті став поштовхом і для туристичного бізнесу, появи нових туристичних маршрутів. Одним із них є індустріальний туризм, завдання якого – дослідження різних територій, будівель та інженерних споруд виробничого і спеціального призначення, які належать до об'єктів індустріальної культури. Характерною особливістю сучасної гуманістичної епохи є збереження різноманітності у природі, етнокультурі, зокрема в індустріальній культурі. Веління часу – зберегти багатство антропогенної і техногенної складових індустріальної культури, що становить ресурсну базу для розвитку індустріального туризму. Важливе значення індустріальної спадщини для репрезентації світової культури й

історії відзначено ЮНЕСКО, яка проголосила 2006 рік «Роком індустріального спадщини».

Головне завдання індустріального туризму – задовольнити дослідницькі зацікавлення туристів. У західних країнах цей вид туризму є не тільки популярною розвагою, а й додатковим способом привернути увагу до бренда і стимулювати продаж товарів і послуг у місті. Розвиток індустріального туризму у країнах Західної Європи розпочався ще 15 років тому. Безумовним успіхом користуються екскурсії на заводи BMW, Audi, тематичний парк Volkswagen's Autostadt в Німеччині, Legoland у Данії, Swarovski Krystallwelten в Австрії та багато інших. Індустріальним туризмом славляться не тільки окремі бренди, а й країни [16].

Така популярність індустріального туризму потребувала для його подальшого розвитку всебічного теоретичного осмислення й обґрунтування.

Проблеми індустріального туризму стали об'єктом теоретичних досліджень багатьох західних учених: Д. Маккенела, А. Лью, І. Келлі, В. Діксона, Е. Інскіра, Р. Прініса, Дж. Шварбрука, Р. Ялі та ін. Пізніше досліджувати індустріальний туризм почали в Росії, Китаї. Починаючи із 2000-х років, увагу дослідників привертають питання, пов'язані з формуванням і розвитком брендингу промислових територій: Д. Аакер, С. Антхольт, Т. Гед, М. Данн, С. Девіс. В Україні, яка має величезний потенціал індустріальної спадщини, теж досліджують розвиток індустріального туризму з метою залучення об'єктів індустріальної культури у сферу туристичного бізнесу, інтенсифікації мобільності й гуманізації технологій [18].

Узагальнимо досвід українських дослідників у вирішенні теоретичних та практичних питань поширення індустріальної спадщини й індустріального туризму.

В Україні теоретичні аспекти розвитку індустріального туризму розглядали О. Бейдик, Ю. Тютюнник, О. Афанасьєв, Л. Зеленська, В. Казаков, Т. Казакова, В. Данильчук, В. Пацюк, В. Кулеш. Ґрунтовно цю

проблематику обговорювали й під час Міжнародної наукової конференції «Індустріальна спадщина в культурі і ландшафті». Проте до цього часу немає праць, в яких було б узагальнено досвід українських дослідників у вирішенні практичних і теоретичних питань індустріальної спадщини й індустріального туризму [18].

Наукові праці А. Гудзевича, Г. Денисика, В. Казакова з антропогенної географії та антропогенної геології становлять теоретичну базу для детального вивчення індустріального туризму. Зокрема, А. Гудзевич і Г. Денисик розкрили особливості формування парадинамічних зв'язків на різних стадіях розвитку гірничопромислових ландшафтів. В. Козаков створив базу даних із супровідними картами, яка, на його думку, є головною передумовою для завершення дослідних робіт з вивчення просторово-часової структури Кривбасу, для районування та розвитку різноманітних напрямів індустріального туризму [25, с. 35-47].

Широке коло питань з антропогенної географії висвітлюється в матеріалах Міжнародної наукової конференції «Теоретичні, регіональні, прикладні напрями розвитку антропогенної географії та геоecології».

Певну роль у становленні українського індустріального туризму відіграв Центр пам'яткознавства НАН України й УТОПК (Центр пам'яткознавства Національної академії наук України і Українського товариства охорони пам'яток історії та культури). Центр пам'яткознавства створено у травні 1991 року на виконання спільної Постанови № 151 Академії наук України й Українського товариства охорони пам'яток історії та культури. Його діяльність спрямована на поглиблення теоретико-методологічного рівня пам'яткознавчих студій та пам'яткоохоронної діяльності в Україні. 1994 року за участю Центру пам'яткознавства НАН України й УТОПК проведено Всеукраїнську науково-практичну конференцію, присвячену проблемам розвитку туризму в Україні і відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму.

1998 року В. Константинов опублікував одну з перших праць про використання пам'яток науки і техніки в туристичній сфері. 2002 року він розробив методичні рекомендації з вивчення й опису нерухомих пам'яток науки і техніки. 2004 року вийшла друком його стаття з питань збереження і поширення пам'яток виробничої архітектури [29, с 21-47]. Слід назвати і праці Л. Прибеги, в яких розглядаються питання охорони об'єктів культурної спадщини.

М. Тямін здійснює класифікацію історичних об'єктів індустріального ландшафту гірничодобувного району й історії розвитку гірничодобувного району Кривого Рогу .

Серед авторів, у працях яких досліджується індустріальний туризм, слід назвати Ю. Тютюнника. Окремо відзначимо його монографію «Об'єкти індустріальної культури і ландшафт», у якій обґрунтовано поняття об'єкта індустріальної культури (ОІК), проаналізовано функції і розкрито значення об'єктів індустріальної культури в ландшафтах, які перебувають на різних етапах змін, здійснюваних людиною. Крім того, розкрито їх роль у формуванні культурних ландшафтів. Доведено значення промислових і гірничопромислових ландшафтів як невід'ємної складової культурної спадщини. У цьому дослідженні органічно поєднані геоекологічність, синергетичність і гуманістичність. На думку доктора географічних наук, професора В. Пащенко, у цій книзі започатковано новий напрям постнеокласичної географії – індустріальне ландшафтознавство [16].

Останнім часом наукові дослідження розвитку промислового туризму в Україні значно активізувались. Визнаним центром з досліджень індустріального туризму став Кривий Ріг, у якому розвиток цього виду туризму становить складову маркетингової стратегії міста і дієвий засіб створення привабливого бранда та залучення інвестицій. Для втілення цієї стратегії затверджено програму розвитку промислового туризму у Кривому Розі протягом 2013-2015 років. Вона передбачає запуск тримовного Інтернет-ресурсу «Промисловий туризм у Криворізькому регіоні» та видання

«Енциклопедії індустріального туризму Криворізького регіону». Науковий супровід цієї програми виконують вчені Криворізького національного університету. Значним є науковий доробок В. Казакова і В. Пацюка. В. Пацюк 2011 року захистила кандидатську дисертацію на тему територіальної організації індустріального туризму на Криворіжжі.

У дослідженнях з питань індустріального туризму В. Казаков розглядає зміст і структуру техногенного туризму, особливості, передумови і регіональні перспективи його розвитку в Україні, оцінює стан розвитку техногенного туризму у світі і в Україні, наводить його класифікацію, визначає мотиваційні напрямки, пропонує схему рекреаційного районування території України для здійснення техногенного туризму [18].

Слід зауважити, що поняття «індустріальний туризм» ще остаточно не набуло визнання в сучасній науковій літературі. Поширені кілька підходів до його визначення. У більшості науково-популярних джерел, виданих в СНД, індустріальний туризм тлумачать близько до поняття «сталкерство» – соціокультурного явища, яке набуло поширення з крахом радянської держави. Індустріальний туризм, у цьому трактуванні, є неорганізованим дослідженням розрізнених занедбаних індустріальних об'єктів.

З поступовим відновленням промислового комплексу на пострадянському просторі змінюються уявлення про індустріальний туризм.

Цей підхід набув відображення у працях українських, зокрема криворізьких дослідників. Так, В. Казаков застосовує дефініцію «техногенний туризм», розуміючи його як вид активного організованого відпочинку в межах антропогенно змінених територій, де поряд з науково-пізнавальними, культурно-виховними і спортивно-оздоровчими функціями, увага зосереджена на зв'язках між природним і соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску, формуються навички гармонійних відносин між людиною та природою (екологічне виховання), ресурсозберігаючий стереотип поведінки на рівні особистості.

Скажімо, В. Пацюк пропонує визначати індустріальний туризм як «вид активного туризму, зосередженого у промислових районах, який має на меті вивчення індустріальних ландшафтів, ознайомлення зі зразками індустріальної архітектури, відвідання діючих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових зацікавлень».

Такий підхід до визначення індустріального туризму розширює об'єктивну базу для тих міських поселень, які не мають цінної історико-культурної чи природної спадщини, але мають «згасаючі» виробничі території і водночас – вигідне рекреаційно-географічне положення стосовно центрів формування туристичного попиту.

В. Смаль вважає, що термін «індустріальний туризм», «техногенний туризм» та «промисловий» є похідними від поняття «туризм виробничої спадщини».

Про перспективи індустріального туризму в Україні говорять не тільки криворізькі вчені. У Дніпропетровському національному університеті ім. О. Гончара проблеми індустріального туризму досліджують О. Афанасьєв і Л. Зеленська.

Доцент кафедри туризму Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу О. Пендерецький вважає, що розвиток індустріального туризму актуальний і для Українських Карпат. На його думку, об'єктами промислового туризму можуть бути і природні місця видобутку солі, мінеральних вод, озокериту, лікувальних грязей тощо. 800 джерел і свердловин лікувальних мінеральних вод усіх відомих типів, запаси яких достатні для щорічного оздоровлення більш як 7 млн. осіб у поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами, становлять потужну природну базу для розвитку санаторно-курортної справи в Карпатах. Вони є об'єктами промислового туризму для ділового, пізнавального і наукового напрямів.

Цікавими є об'єкти промислового туризму – соляні промисли України, які відіграють значну економічну роль, а також сприяють науково-технічному прогресу. Тому нині, зазначає О. Пендерецький, вони становлять

значний інтерес для вчених і фахівців туристичної галузі, особливо промислового туризму. У зв'язку з цим для розробки туристичного маршруту на соляні промисли спочатку необхідно вивчити їх екологічний і техногенний стан з метою створення безпечних умов для екскурсантів. На його думку, до природних об'єктів промислового туризму слід віднести і таке явище, як соляний карст, який розвивається в товщах кам'яної солі.

На думку О. Пендерецького, для індустріального туризму цікавими є й місця народних промислів [40 с. 122-128]. Протягом століть десятки й сотні тисяч майстрів – килимарниці, вишивальниці, ткачі, гончарі, різьбярі по дереву, кістці і рогу, майстри декоративного розпису, склороби-гутники, ковалі, майстри лозоплетіння, художньої обробки шкіри та багатьох інших професій – створювали речі, якими завжди захоплювались українські та іноземні туристи.

З минулих століть славиться Прикарпаття і значними нафтогазовими промислами: від перших копалень, коли нафту видобували відкритим способом, до сучасних глибинних установок, об'єктів переробки і транспортування. Новітні технології розробки, видобутку, переробки і транспортування нафтогазових продуктів завжди цікавили любителів промислового туризму.

Теоретичні і практичні питання розвитку нового напрямку в туризмі – індустріального – О. Пендерецький дослідив у монографії, яка вийшла друком в Івано-Франківську 2011 року. Перш за все, автор досліджував чинники, які впливають на розвиток промислового туризму, на прикладі Карпатського географічного району. Він запропонував своє розуміння і визначення промислового туризму, створив його туристичний паспорт та складові концептуальної системи кадастру об'єктів промислового туру, розглянув суспільно-економічні, природні і техногенні ресурси розвитку промислового туризму в Карпатському краї, що, на його думку, сприятиме залученню інвестицій, зниженню безробіття і припливу іноземного капіталу в регіон [18].

Індустріальну культуру в історичній забудові Львова розглядає Т. Мазур [455]. Він зокрема зазначає, що подальший розвиток і реконструкція Львова як центру туризму і відпочинку потребують комплексних наукових досліджень і оцінювання індустріальної культурної спадщини міста, укладання відповідних державних і муніципальних програм, які б передбачали стратегію раціонального використання й активного залучення історичних промислових об'єктів і споруд у сферу туристичної інфраструктури Львова [16].

Можливості і перспективи розвитку індустріального туризму в східному регіоні України досліджують харківські вчені О. Чередниченко і А. Чередниченко [48, с. 71-74]. Об'єктом їх вивчення стали питання взаємозв'язку індустріального туризму і промислової інфраструктури міст Східної України, досвід зарубіжних країн у цій сфері, вплив індустріального туризму на сучасну містобудівну політику промислових мегаполісів, зокрема Харкова як одного з найбільших промислових і наукових центрів України. У цьому місті вперше у Радянському Союзі було розщеплене ядро атома, на ХДАВП (колишній авіаційний завод) виготовлялися крилаті ракети та кілька унікальних літаків, до речі, на підприємстві є унікальний музей техніки під відкритим небом. На ДП «Завод ім. Малишева» створено легендарний танк Т-34, на ВП «Монокристал» виготовляються унікальні штучні алмази. У Харкові ще за часів Російській імперії вперше було обладнано ліфтом та сміттепроводом житловий будинок на вулиці Сумській, у так званому будинку «Саламандри». Дослідники наголошують, що значна кількість корпусів заводів та фабрик, зокрема діючих, побудована у ХІХ – початку ХХ століть, і досі укомплектовані обладнанням, яке майже не експлуатується в європейських країнах. Уже це може приваблювати туристів. У місті є багато привабливих об'єктів цивільної оборони, занедбаних чи демонтованих заводів і споруд, а для архітекторів будуть цікавими типові житлові будинки, побудовані у ХІХ столітті. В експонатах музеїв на заводах «Комунар» і «Хартрон» відтворено всю історію промислового Харкова.

Цікавий підхід до використання індустріальної спадщини пропонують І. Денисюк і Ю. Серeda. Вони досліджують процес формування туристського образу в нетрадиційних дестинаціях. Використовуючи розробки в галузі соціального конструктивізму, морфології міста і туристичних досліджень, автори акцентують увагу на трансформаціях туризму, зокрема на розширенні простору туристичних атракцій. На прикладі одного із промислових районів Харкова (селище ХТЗ) розглянуто реконструювання промислової території як туристичного об'єкта [23].

Сучасні трансформації туристичної сфери пов'язані з багатьма чинниками, зокрема соціокультурними (мобільність, новий стиль життя).

І. Денисюк і Ю. Серeda вважають, що все це сприяє формуванню нового типу туриста, незалежного, критичного й вибагливого щодо запропонованих йому товарів і послуг, активного і самостійного. Це істотно змінює арсенал туристичних практик і особливості їх здійснення. На думку дослідників, «ключовою в розумінні трансформацій туристичної сфери є теза про те, що туризм як практика дозволяє припускає її протилежність, а саме – повсякденну буденність» [23, с. 41].

Загальноприйнятою є думка, що туристичний потенціал певної території ґрунтується на її туристичних ресурсах, тобто на сукупності природних і рукотворних предметів і явищ, а також умов, можливостей і засобів, здатних сформуванню туристичний продукт, на здійсненні відповідних турів, екскурсій, програм. Обмеженість такого підходу полягає в нерозумінні того, які саме компоненти туристичного образу привертають туриста. На думку І. Денисюка і Ю. Середи, згідно з теорією П. Бурдьє, «об'єктивна локалізація у фізичному просторі відповідає соціальній позиції, яка, у свою чергу, характеризується певним габітусом і практичними стратегіями, відбувається присвоєння фізичного простору соціальним, що викликає стійке віднесення соціальних реальностей до фізичного світу. У контексті соціального конструювання туристичного простору ця теза має виняткове значення, тому що приводить до переоцінки рівня значимості туристичних

об'єктів, які сприймаються та оцінюються не як матеріальні об'єкти (водоспади, печери, архітектурні пам'ятники), а як ментальні структури.

Соціально-фізична конвертація простору істотно розширює туристичний потенціал міста, формуючи нові можливості в конструюванні маркерів унікальності: «тільки тут», «найвищий у світі», «єдиний у Європі», «винятково в Україні» тощо. Тобто популярною визначною пам'яткою може бути як гірський хребет, так і радіаційна зона, якщо вони мають локалізований маркер унікальності».

За таких умов ті міста, які позбавлені культурних, природно-кліматичних чи інших історично сформованих унікальностей, мають додаткові можливості конструювати свій туристичний образ і розміщувати його в інформаційному просторі. Нині, коли однією з основних характеристик туристичної мотивації стає «інтерес до всього», межі між традиційно туристичними і не туристичними територіями розмиваються.

Туристичний образ міста виходить за межі спеціально сконструйованої сцени традиційних туристичних об'єктів (центр, старовинні пам'ятки, архітектурні споруди тощо). Туристів зацікавлюють автентичні, «не туристичні» місця: спальні райони, промислові зони чи інші місця, які дають змогу відчувати своєрідність міста із середини, відчувати себе місцевим жителем [16].

Прикладом такої «не туристичної» дестинації з метою формування туристичного образу міста автори запропонували проект соціальної реконструкції одного з промислових районів Харкова – селища ХТЗ (на момент забудови проект мав назву «Соцмістечко Новий Харків». На думку авторів, акцент на «радянськості» може стати головною туристичною атракцією. З точки зору туристичного потенціалу, досить актуально зберігати і транслювати об'єкти радянської доби (житлові і громадські будинки, особливості забудови); об'єкти раннього «пост-» початку 1990-х років, які збереглися до нашого часу (кіоски, специфічні життєві практики тощо), актуалізувати ці особливості на сучасному етапі.

Варто зазначити, що «Новий Харків» внесено до реєстру ЮНЕСКО як архітектурну пам'ятку. Потенційними об'єктами туристичної сфери можуть бути особливості соціалістичної архітектури (самодостатні будинки з інтегрованою необхідною інфраструктурою); «робітничий побут» як туристичний напрям, спрямований на інформування про щоденне життя типових мешканців району – працівників заводу (відвідання радянських квартир, заводських їдалень, дитячих садочків) тощо [18].

Інший напрям становить розвиток індустриального туризму завдяки дослідженню територій, будинків та інженерних споруджень Харківського тракторного заводу, а також будь-яких інших занедбаних промислових споруд. У цьому контексті головною ознакою унікальності цього об'єкта є те, що Харківський тракторний завод – єдине в Україні підприємство з виробництва гусеничних і колісних тракторів. Він – один із найбільших на пострадянському просторі. Значну кількість корпусів підприємства, зокрема діючих, було побудовано на початку ХХ століття, вони й досі укомплектовані обладнанням, яке вже не експлуатується в європейських країнах. Це може бути додатковим фактором зацікавлення для іноземних туристів.

Третій аспект – це збагачення елементами культурного туризму, наприклад, шляхом створення у приміщеннях заводу, які не функціонують, музеїв сучасного мистецтва, організація культурних акцій (фестивалів, свят).

Розвиток цих трьох напрямів, з одного боку, розширить функціональність району, а з іншого, – стане джерелом додаткових інвестицій [16].

В останні роки зросла кількість публікацій з проблем індустриального туризму й індустриальної спадщини. Багато вчених звернулися до цієї теми.

Перспективи розвитку промислового туризму в Донецькій області досліджував В. Данильчук, системний підхід до розвитку промислового туризму в Донецькому регіоні запропонував В. Кулеш, який одним із джерел інформаційного просування промислової території як

конкурентоспроможного бренда вважає розвиток промислового туризму. Промисловий туризм як важливе соціально-економічне явище безпосередньо залежить від економічного становища й загальної стратегії розвитку регіону. Тому промисловий туризм як результат формування туристичного бренду доцільно розглядати на основі системного підходу.

Своє бачення розвитку туризму, зокрема індустріального, пропонує Н. Свиридова. Місто, як пам'ятку промислового будівництва, розглядають Є. Морозова і Л. Купрейчик.

Проблеми індустріального туризму обговорюються під час науково-практичних конференцій, зокрема під час першого Міжнародного науково-практичного форуму «Індустріальний туризм: реалії та перспективи», який відбулася у Кривому Розі в листопаді 2013 року.

Проблематика форуму (теоретичні аспекти дослідження індустріального туризму; зарубіжний і вітчизняний досвід індустріального туризму; індустріальна спадщина, проблеми її використання та популяризації засобами індустріального туризму; індустріальний туризм як іміджевий фактор регіону) та широке регіональне представництво дають підстави говорити про значний теоретичний і практичний інтерес до індустріального туризму в Україні [18].

Висновки до розділу 3

Здійснене дослідження засвідчило значне зацікавлення індустріальною спадщиною й індустріальним туризмом в Україні, зокрема індустріальними регіонами і регіонами непромислового спрямування. Вивчення об'єктів індустріальної спадщини, які відіграли містоутворюючу роль, стають одними із провідних напрямів краєзнавчих і культурологічних досліджень.

Подальший аналіз наукових праць українських дослідників надасть можливість оцінити їх внесок в теоретичне осмислення туризму, зокрема й індустріального.

ВИСНОВКИ

За результатами досліджень, відповідно до поставлених завдань, можемо зробити такі висновки.

1. На основі систематизації історичної фактографії виявлено етапи формування і розвитку сучасного туризму в контексті еволюції культури, обґрунтовано актуальність історико-культурологічної концепції розвитку туризму. Наголошено, що туризм стає культууроутворюючим чинником, важливим засобом створення культурних зв'язків та міжнародного співробітництва в матеріальній і духовній сферах діяльності людини, насамперед, у системі культурних цінностей, сфері знань і суспільній поведінці.

Акцентовано на зростаючій ролі туризму, зокрема вітчизняного, у сфері міжнародного співробітництва (СОТ і ЮНЕСКО).

2. З'ясовано, що в процесі глобалізації туризм дедалі помітніше перетворюється на потужний інструмент здійснення діалогу між цивілізаціями як у соціокультурному, так і в економічному сенсі. Тема туризму набуває нового звучання і може стати однією з найважливіших домінант розвитку людства на початку третього тисячоліття. Увагу дослідників привертає, перш за все, економічний аспект процесу: глобалізація фінансових ринків, ринків праці та капіталу, надшвидкий розвиток електронної комерції тощо. Феномен туризму набуває якісних характеристик інформаційного суспільства: мобільність, акцентування споживацьких пріоритетів, віртуалізація, візуалізація, інформатизація, глобалізація.

3. Стверджується, що вплив комунікативної функції туризму невпинно посилюється – дослідники схильні розглядати туризм передусім як акт міжкультурної комунікації, в якому семантичний пласт культурного простору іншої культури є джерелом інформації й ініціює комунікативні зв'язки в процесі подорожі на рівні індивідів, соціумів, культур.

Констатовано, за допомогою туризму інформація може передаватися як вербально, так і через реалізацію в діях, поведінці, знаково-символічному коді іншої культури. Крім того, туризм стає інструментом збереження і трансляції засобами соціальної комунікації традицій і наступності культури.

3. Однією з модифікацій культурного туризму нині є креативний, або творчий туризм, який останнім часом набуває більшої популярності.

Глобалізація, демографічні зміни, розвиток технологій і зміна системи цінностей споживачів сформували попит на новий туристичний продукт в епоху постмодернізму, що співвідноситься з новою концепцією туризму – *experience- based tourism* (туризм, оснований на життєвому досвіді/пригоді), спрямований на задоволення нової потреби.

4. Здійснене дослідження засвідчило значне зацікавлення індустріальною спадщиною й індустріальним туризмом в Україні, зокрема індустріальними регіонами і регіонами непромислового спрямування. Вивчення об'єктів індустріальної спадщини, які відіграли містоутворюючу роль, стають одними із провідних напрямів краєзнавчих і культурологічних досліджень.

Подальший аналіз наукових праць українських дослідників надасть можливість оцінити їх внесок в теоретичне осмислення туризму, зокрема й індустріального.

5. Стверджується, що вплив комунікативної функції туризму невпинно посилюється – дослідники схильні розглядати туризм передусім як акт міжкультурної комунікації, в якому семантичний пласт культурного простору іншої культури є джерелом інформації й ініціює комунікативні зв'язки в процесі подорожі на рівні індивідів, соціумів, культур. Констатовано, за допомогою туризму інформація може передаватися як вербально, так і через реалізацію в діях, поведінці, знаково-символічному коді іншої культури. Крім того, туризм стає інструментом збереження і трансляції засобами соціальної комунікації традицій і наступності культури.

Однією з модифікацій культурного туризму нині є креативний, або творчий туризм, який останнім часом набуває більшої популярності.

6. Індустріальний туризм, який почав активно розвиватися з другої половини ХХ ст., є відображенням загальносвітових тенденцій до міфологізації технологій та урбанізму, зокрема в молодіжному середовищі, а для багатьох діючих підприємств Європи і США – одним з дієвих інструментів маркетингу.

Історико-культурологічне дослідження туризму як культууроутворюючого чинника вможливує використання отриманих наукових результатів для подальшого аналізу проблем туризмознавства, розвитку нових туристичних практик, технологій, розробки тренінгів і навчальних програм підготовки туристів та фахівців у сфері туризму й міжкультурної взаємодії.

В умовах сьогодення актуалізується екологічна модернізація всіх сфер життєдіяльності суспільства, елементами якої є соціальні екологічні практики, зокрема екологічний туризм, який не став предметом ґрунтовних досліджень.

7. Акцентовано, що одним із стратегічних завдань державної політики в гуманітарній сфері українського суспільства є вирішення проблеми формування цілісності загальнонаціонального культурно-комунікаційного простору, спільної історичної пам'яті, загальнонаціональної ідентичності громадян України, що знайшло своє відображення у «Законі про туризм». У цьому сенсі туризм, як глобальна культурна практика, може відіграти важливу роль, оскільки є глобальним чинником розвитку світової цивілізації, однією зі складових економіки, соціальної сфери, духовної культури. Нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширюють перспективи культурного туризму – ресурсу регіонального розвитку. Для більшості українських регіонів орієнтація на культурний туризм є однією з реальних можливостей економічного, соціального й культурного піднесення.

8. Увагу дослідників привертає, перш за все, економічний аспект процесу: глобалізація фінансових ринків, ринків праці та капіталу, надшвидкий розвиток електронної комерції тощо. Феномен туризму набуває якісних характеристик інформаційного суспільства: мобільність, акцентування споживацьких пріоритетів, віртуалізація, візуалізація, інформатизація, глобалізація.

Потребує подальшого вивчення теорія і практика віртуального туризму, каучсерфінгу як способу «альтернативного туризму» в сучасну епоху в контексті глобалізаційних процесів. Поза увагою дослідників залишається також і аналіз гендерних аспектів у туризмі, які набувають дедалі більшого значення в сучасному суспільстві і мають стати предметом ґрунтовних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксьонова В. І. Формування комунікативної культури особистості в умовах глобалізації та інформаційного суспільства. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки*. Київ, 2011. Вип. 10. С. 239–258.
2. Алейникова Г. М. Эколого-экономическая стратегия устойчивого развития туризма. *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу*. 2003. № 7. С. 91–102.
3. Бабарицька В. К. Туристична діяльність кінця ХХ — початку ХХІ ст. і концепція сталого розвитку. *Україна: географічні проблеми сталого розвитку* : зб. наук. пр. Київ, 2004. Т. 3. С. 103–104.
4. Бауман З. От паломника к туристу. *Социологический журнал*. 1995. № 4. С. 133–154.
5. Бахлайтнер Р. Социология туризма, или О социологии путешествий. *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11, Социология* : РЖ / РАН, ИНИОН. 2006. № 3. С. 90–97.
6. Беленький П. Ю., Мікула Н. А., Матвеев Є. Е. Конкуренція на транскордонних ринках. Львів : Ін-т регіон. дослідж. НАН України, 2005. 214 с.
7. Блага М. М. Эколого-рекреационная эффективность природопользования: основные факторы. *Україна: географічні проблеми сталого розвитку* : зб. наук. пр. Київ, 2004. Т. 3. С. 185–187.
8. Божко Л. Д. Генезис та еволюція наукового туристського дискурсу. *Вісник Харківської державної академії культури* : зб. наук. пр. Харків, 2012. Вип. 37. С. 56–66.
9. Божко Л. Д. Інтернет як засіб соціальних комунікацій у туризмі. *Вісник Харківської державної академії культури* : зб. наук. пр. Харків, 2011. Вип. 32. С. 245–254.

10. Божко Л. Д. Каучсерфінг як особлива філософія мандрівок. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2016. № 2. С. 8–13. URL: <https://docplayer.net/54675653-Ministerstvo-kulturi-ukrayini-nacionalna-akademiya-kerivnih-kadriv-kulturi-i-mistectv.html>. (дата звернення : 23.04.2021).
11. Божко Л. Д. Культурний туризм – сучасна форма міжкультурної комунікації. *Культурологія та соціальні комунікації : інноваційні стратегії розвитку* : матеріали міжнар. наук. конф. (26–27 листоп. 2015 р.) / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2015. С. 16–17.
12. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів. *Культура України* : зб. наук. пр. / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2010. Вип. 32. С. 169–179.
13. Божко Л. Д. Культурологічні аспекти розвитку правових основ туризму в Україні. *Культура України. Серія: Культурологія* : зб. наук. пр. / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2016. Вип. 55. С. 255–266.
14. Божко Л. Д. Проблеми інтерпретації туризму як феномена масової культури: друга половина ХХ — початок ХХІ ст. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2013. № 2. С. 176–181.
15. Божко Л. Д. Проблеми розвитку сталого туризму в Україні в умовах глобалізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2014. № 2. С. 43–50.
16. Божко Л. Д. Роль індустріального туризму в інтенсифікації мобільності та гуманізації технологій в Україні. *Вісник НТУ «ХПИ». Серія: Історія науки і техніки*. Харків, 2014. № 30. С. 28–37.
17. Божко Л. Д. Соціально-культурні ресурси як складова частина формування туристичного іміджу харківського регіону. *Культура України* : зб. наук. пр. / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2010. Вип. 33. С. 67–75.

18. Божко Л. Д. Индустриальный туризм на Украине. *Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры*. 2015. № 4. С. 155–161.
19. Верменич Я. В. Исторична регіоналістика в Україні. *Український історичний журнал*. 2001. № 6. С. 3–21.
20. Ветрова Н. М. Экологическая безопасность в рамках стратегии развития рекреационного региона. *Экономика Крыма*. Симферополь, 2008. № 23. С. 17–20.
21. Гагская декларация по туризму, Гаага, 14 апреля 1989 года. *Правове регулювання туристичної діяльності в Україні* : зб. нормат.- правових актів / Київ. ун-т туризму, економіки і права. Київ, 2002. С. 63–68.
22. Данилишин Б. М., Хвесик М. А., Голян В. А. Економіка природокористування : підручник. Київ : Кондор, 2009. 465 с.
23. Денисюк І., Серета Ю. Туристичний потенціал промислових районів міста: реконструкція спадку. *Український соціум*. 2010. № 4 (35). С. 40–51.
24. Зеленська Л. І. Іноземний «слід» в індустріальній спадщині регіону. *Індустріальний туризм : реалії та перспективи* : матеріали 1-го Міжнар. наук.-практ. форуму / редкол.: Я. В. Шрамко та ін. Кривий Ріг, 2013. С. 65–68.
25. Казаков В. Л. На шляху до повного вивчення гірничопромислових ландшафтів Кривбасу : матеріали Третьої міжнародної наукової конференції. Кривий Ріг, 2001. С. 35–47.
26. Кіптенко В. К., Глазунова Т. В. Інформаційне забезпечення туризму: роль соціальних медіа. *Географія та туризм* : наук. зб. Київ, 2011. Вип. 15. С. 22–28.
27. Кнодель Л. В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в країнах-членах Всесвітньої туристичної організації : дис. ... д-ра пед. наук : спец. 13.00.04. Тернопіль, 2007.

28. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління». Київ, 2008. 18 с.
29. Константинов В. О. Збереження пам'яток виробничої архітектури // *Праці центру пам'яткознавства*. 2004. № 6. С. 21–47.
30. Концепція державної цільової програми розвитку туризму в Україні на 2011–2015 рр. URL: http://vuppi.at.ua/publ/zakonodavcha_baza_shhodo_invalidiv/vidpochinok_invalidiv/konceptija_derzhavnoji_cilovoji_programi_rozvitku_turizmu_v_ukrajini_na_2011_2015r_r/23-1-0-164. (дата звернення : 15.09.2023).
31. Кравців В. С., Жук П. В. Концептуальні основи перспективного розвитку рекреаційної індустрії в Карпатах. *Економіка України*. 1993. № 12. С. 57–62.
32. Кравченко О. В. Концептуальні моделі ідентифікації національно-культурного простору України в сучасному публічному інтелектуальному дискурсі. *Культура України* : зб. наук. пр. / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2014. Вип. 47. С. 13–23.
33. Кручек О. А. Туризмологія: процес формування теорії туризму : Збірник наукових праць. Серія: Філософські науки / Київ. ун-т туризму, економіки і права. Київ, 2010. Вип. 8. С. 139–166.
34. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm (дата звернення : 22.09.2023).
35. Мазур Т. М. Реструктуризація промислових територій в умовах реконструкції історично сформованого міста (на прикладі міста Львова). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»* : зб. наук. пр. Львів, 2002. № 439.
36. Манильская декларация по мировому туризму : принята Всемир. конф. по туризму, проходившей в Маниле (Филлипины) с 27 сент. по 10 окт.

- 1980 г. *Правове регулювання туристичної діяльності в Україні* / за ред. В. К. Федорченка. Київ, 2002. С. 53–57.
37. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. Б. Є. Патона. Київ : Ін-т економіки природокористування та сталого розвитку НАН України, 2012. 72 с.
38. Пазенок В. С. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму. Київ, 2008. 830 с.
39. Пазенок В. С., Федорченко В. К. Філософія туризму : навч. посіб. / Київ. ун-т туризму, економіки і права. Київ : Кондор, 2004. 268 с.
40. Пендерецкий О. В. География народных промыслов Западной Украины как объектов промышленного туризма. *Научный сборник Киевского национального университета им. Тараса Шевченко. Экономическая и социальная география*. Киев, 2010. № 1 (61). С. 122–128.
41. Почепцов Г. Теорія комунікації. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/pocheptsov_teorija_communic.pdf. (дата звернення : 03.11.2023).
42. Прибега Л. Історичні ареали поселень: сутність та методологічні засади охорони. *Українська академія мистецтва: дослідницькі та науково-методичні роботи*. 2001. Вип. 8. С. 113–120.
43. Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму : Указ Президента України від 14 груд. 2011 р. № 1213. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1213/2001>. (дата звернення : 03.11.2023).
44. Про підтримку розвитку туризму в Україні : Указ Президента України від 2 берез. 2001 р. № 127. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/127/2001>. (дата звернення : 29.10.2023).
45. Про туризм : Закон України від 18 листоп. 2003 р. №1281-IV, зі змінами та доповненнями. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1282-15>. (дата звернення : 23.10.2023).

46. Програма ЮНЕСКО «Інформація для всіх». URL: <http://www.ifap.ru/ofdocs/unesco/program.htm>. (дата звернення : 23.09.2023).
47. Свірідова Н. Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 166–168.
48. Чередниченко О. Ю., Чередниченко А. О. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 71–74.
49. Юферева О. Нарративні тенденції сучасної української тревел-журналістики в соціокультурній перспективі (на матеріалі журналу «Мандри»). URL: <http://journ.besaba.com/uncategorized/o-юферева-нарративні-тенденції-сучас.html>. (дата звернення : 22.09.2023).
50. Cultural Proprtis in Policy an Practic: a Reviwe World Bank Experionct Documtnt of World Bank. URL: <http://www-ws.worldbank.org>. (дата звернення : 20.09.2023).
51. Australian Tourism Export Council: Backpacking Tourism Advisory Panel. New Business Development to Drive Backpack Sector. URL: <http://groups.yahoo.com/group/green-travel/message/1072>. (дата звернення : 23.10.2023).
52. Beck U. *The Cosmopolitan Vision*. Cambridge, Maiden : Polity, 2006.
53. Geschichte der Tourismusforschung. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_der_Tourismusforschung. (дата звернення : 23.09.2023).
54. *Hospitality, Tourism and Leisure Management : Issues in Strategy and Culture*. London, 1997. С. 56–58.
55. *ICOMOS Tourism Handbook for World Heritage Site Managers*. ICOMO, 1993.
56. Lyon J. *Maldives*. Hawthorn : Lonely Planet, 1997. 197 p.

57. Ooi N., Laing J. H. Backpacker Tourism : Sustainable and Purposeful? : Investigating the Overlap Between Backpacker Tourism and Volunteer Tourism Motivations. *Journal of Sustainable Tourism*. 2010. Vol. 18, N 2. P. 191–206.
58. Pearce P. L. The Backpacker Phenomenon: Preliminary Answers to Basic Questions. Townsville : James Cook University of North Queensland, Department of Tourism, 1990. 178 p.
59. Richards G., Wilson J. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*. 2006. Vol. 27, № 6. P. 1408–1413.
60. Richards G., Wilson J. Today's Youth Tourists: Tomorrow's Global Nomads? New Horizons in Independent Youth and Student Travel. Amsterdam : International Student Travel Confederation, 2003.
61. Cernea M. M. Cultural Heritage and Development: a framework for action in the Middle East and North Africa. The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Washington, 2001.