

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

на тему: **«ТУРИЗМ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН: ІСТОРІЯ І
СУЧАСНІСТЬ»**

Виконав: студент II курсу, групи Тм-21
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

(шифр і назва спеціальності)

Бойчук Олександр

(прізвище та ініціали студента)

Керівник: д.і.н., проф. Борчук С.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.і.н., доц. Дутчак О.

(прізвище та ініціали)

Івано-Франківськ - 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ТУРИЗМУ.....	5
1.1. Туризм як предмет науки: генезис та еволюція наукового дискурсу.....	5
1.2. Специфіка туризмознавчих досліджень у колишньому радянському просторі.....	12
1.3. Соціокультурні трансформації туризму на пострадянському просторі: досвід осмислення.....	18
РОЗДІЛ 2. ФЕНОМЕН ТУРИЗМУ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	23
2.1. Туризм і культура: чинники взаємопроникнення.....	23
2.2. Туризм у просторі міжкультурних комунікацій.....	29
2.3. Культурно-комунікаційні зв'язки міжнародних туристичних організацій.....	36
2.4. Туризм як складова державної політики та міждержавного співробітництва.....	45
РОЗДІЛ 3. ТУРИЗМ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ: ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ.....	53
3.1. Проблеми та перспективи розвитку сталого туризму в Україні.....	53
3.2. Туристична політика - складова державної соціокультурної політики України.....	59
3.3. Сфера освіти та її вплив на формування культууроутворюючого змісту туризму.....	71
3.4. Архітектурний спадок як культуротворчий ресурс українського туризму.....	76
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сьогодні туризм є звичним явищем у суспільстві та становить значну частину глобальної економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), обсяг світової туристичної індустрії до 2033 року зросте на 50 % порівняно з 2019 роком, що складатиме близько 11,6 % світової економіки. З фінансової точки зору ця галузь має стратегічне значення у глобальному масштабі. Міжнародні доходи від туризму зростають стрімкими темпами, і загалом до 2033 року в індустрії туризму буде працевлаштовано близько 430 млн осіб, у порівнянні з 334 млн у 2020 році [33a]. У соціальному вимірі туризм виступає структурним елементом суспільства, адже кожна 15-та людина у світі так чи інакше пов'язана з туристичною індустрією.

Туризм є важливим інструментом міжнародної політики, що сприяє вирішенню глобальних проблем через «народну дипломатію». З філософської точки зору він впливає на трансформацію соціально-культурних уявлень та формування нових світоглядів. Завдяки туризму міжкультурне спілкування стає можливим на глобальному рівні. Як правило, туризм охоплює різні аспекти життя, що концентруються на обмеженому періоді часу та мають конкретні цілі та методи їх досягнення.

Незважаючи на численні наукові дослідження у сфері туризму, бракує системних робіт, які глибше розглядали б туризм як культурний феномен. Відсутність цілісних наукових підходів до туризму як соціокультурної проблеми зумовила необхідність дослідити його в історико-культурній перспективі, виявити специфіку та роль туризму у контексті глобальних змін сучасного суспільства.

Мета дослідження – вивчення історичних і культурних компонентів туризму як значущого глобального явища соціального та культурного значення.

Для досягнення мети поставлено такі *завдання*:

- класифікувати концептуально-методологічні підходи до вивчення

туризму як соціокультурного феномену;

- визначити суперечності, зміст та еволюцію сучасного туристичного дискурсу, дослідити розвиток наукових концепцій туризму як соціокультурного явища;

- розкрити особливості туризму як складової масової культури;

- показати своєрідність туризму в українському культурно-соціальному контексті;

- дослідити сутність і функції міжнародних організацій туризму у системі культурно-комунікаційних зв'язків;

- виявити культурні наслідки туризму;

- визначити роль туризму у формуванні світової культури;

- формалізувати та узагальнити сучасні підходи до вивчення туризму як специфічної форми організації та розвитку світового соціокультурного простору.

Об'єкт дослідження – туризм як соціокультурний феномен.

Предмет дослідження – туризм як історико-культурне явище та його роль у контексті глобальних змін сучасного суспільства.

Методи дослідження. Методологічна основа роботи визначається міждисциплінарним характером предмета, об'єкта та теми дослідження. В роботі застосовуються методи аналізу, синтезу, порівняння, класифікації та історико-культурного аналізу.

Структура роботи: Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел

РОЗДІЛ 1. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ТУРИЗМУ

1.1. Туризм як предмет науки: генезис та еволюція наукового дискурсу

Починаючи з другої половини 20 століття, туризм вважається органічною складовою суспільного життя та однією з найбільш прибуткових галузей економіки, що розвиваються. Через соціальні зміни, викликані туризмом, він зараз становить значну частину культури 20 століття. Маючи провідну роль як у суспільстві, так і в економіці, туризм почав привертати увагу численних спеціалістів із різних галузей знань [55]. Сьогодні можна вважати, що туризмознавство перебуває в активній фазі розвитку як нова форма наукового дослідження. Поява різноманітних підходів до дослідження та формування нового наукового напрямку вимагають дослідження теоретичних концепцій аналізу туризму як культурного явища, що зумовлює важливість дисертантського дослідження [14].

Дослідження туризму як особливої галузі науки почалося наприкінці 19 століття, коли він почав впливати на суспільство та соціальні відносини особистості. Відомий економіст Торстейн Веблен у своїй книзі «Теорія вільного газу» (1899) описав туризм як розкішний, вишуканий спосіб життя. На той момент багато людей вже приїхали в цей район, щоб продемонструвати свою приналежність до певного соціального класу. Це сприяло швидкому розширенню індустрії туризму. Набутий практичний досвід у цій сфері та необхідність вирішення важливих питань потребували наукового осмислення.

У 1905 р. були опубліковані праці австрійського дослідника Й. Страднера як класичні для нового наукового підходу. У ній описано предмет дослідження та вперше обговорено питання туристичного районування, зокрема зазначено, що воно не відповідає політико-правовим рамкам поділу [84].

Двадцять років 20 століття в Німеччині були продуктивними для розширення науки про туризм і підготовки фахівців у вищих навчальних

зкладах. Р. Глюксман (Robert Glueksman), перший директор Берлінського інституту досліджень туризму, присвятив своє завдання комплексному вивченню туризму: викрити міждисциплінарний характер досліджень туризму «з економічної, організаційної, соціальної, правової, географічної, метеорологічної та медичні перспективи» [84].

У той час були опубліковані праці А. Грюнталя, в яких він визначив зміст і наукові завдання географії туризму [85], а також «Вивчення туризму з позицій географії» Г. Вегенера про взаємозв'язок між туризмом і природно-культурним потенціалом території, мотивація вибору туристами місць відпочинку та наслідки туристичного руху для навколишнього природного і культурного ландшафту [53].

У 1930-х роках німецькі вчені вже мали можливість переходити від загальних тем до дослідження конкретних туристичних регіонів (гірський масив Гарц Г. Гассмана, відпустка Г. Деблера в Мекленбурзі). Одним із перших видів туризму, віднесених Х. Позером до туристичного руху, було створення системи розрахунку економічної ефективності різних видів туризму.

Заслугує на увагу розвиток туризму в Німеччині за часів Третього Рейху, його прихильники естетизували потенційні туристичні об'єкти природного та історичного значення, це робилося з метою сприяння дослідженням у сфері туризму. Рух KdF («Сила через радість») сприяв поширенню ідеї про те, що туризм може допомогти людині мати позитивне ставлення до своєї країни та позбутися комплексу неповноцінності. Ті наукові шляхи, які не узгоджувалися з цими ідеологічними концепціями, були закриті [10].

Протягом 1920-х років разом з німецько-австрійською науковою школою були створені навчальні заклади, присвячені вивченню туризму. Зокрема, А. Марріот став популяризатором нового підходу до наукового пізнання в Італії. Він прочитав відповідну лекцію в Римському університеті, але відсутність відповідних наукових традицій у школі спричинила

відставання італійських студентів від німецько-австрійських студентів у галузі туризму.

У Франції географ Р. Бланшар першим заговорив про туризм, він ввів у науковий обіг поняття «туристична індустрія», що означало: експлуатація краси країни. Його стаття про туризм у Французьких Альпах є першим задокументованим дослідженням туризму у Франції. Р. Бланшар, Ж. Брун, П. Відаль де ла Блаш започаткували концепцію так званої «географії людини». Його учасники приділили увагу дослідженню людини та її взаємозв'язку з природою, акцентували увагу на впливі географічного середовища на різні форми людської діяльності. У їхніх дослідженнях документуються конкретні деталі регіонів, відображається спосіб життя та заняття частини населення, створюються унікальні регіональні аналізи, які містять багату фактичну інформацію, особливо щодо природознавства та етнології, стилю та подання інформації також відрізняється.

Основним напрямком досліджень поляків було вивчення туристично-відпочинкового руху, пов'язаного з Карпатським регіоном. Розроблено моделі та методи розрахунку ресурсної основи туризму. Практичним результатом цих досліджень є впровадження національної системи туристично-рекреаційного районування (на території Польщі виділено 6 основних туристичних зон і 10 сільських або курортних зон). Загальновідомо, що наукова школа туризму в Польщі також була учасником соціалістичного режиму. Тоді А. Взосек провів порівняння Карпатського та Судетського регіонів щодо їхнього туристичного потенціалу [10].

Американський психолог С. С. Плог вперше дослідив історію курортної зони, він пов'язав стадію розвитку дестинації з психографічними рисами більшості відвідувачів. Він вважав, що ця популяція адаптується до зростання туристичної зони. Згідно з його визначенням, туризм має зміну парадигми у своєму підході, що включає особистісний психологічний тип - аглоцентричний, або психоцентричний, або обидва. Перший тип туристів - екстраверт, який любить подорожі, новинки і пригоди. Другий тип -

інтроверт, консервативний у побуті, не схильний до подорожей. Зі збільшенням розвитку туристичних об'єктів і посиленням повсякденного компоненту в туризмі він еволюціонував від аглоцентричного до психоцентричного, згідно з теорією С. С. Плога. У результаті С. С. Плог поповнив досвід дослідження еволюції як курортів, так і рекреаційної поведінки людини, він одним із перших дослідив психологічні аспекти туристичної діяльності, які досі маловідомі.

Дослідження літературних джерел, що стосуються розвитку сучасного туризму, засвідчило, що науковців цікавлять насамперед питання, пов'язані зі створенням концептуальних засад, закономірностями функціонування туристичного ринку як складової глобального ринку послуг, управління та маркетинг туризму.

Публікації Організації Об'єднаних Націй, Всесвітньої туристичної організації (COT), Міжнародного союзу туристичних організацій (ITUT) та інших організацій, що займаються туризмом, мають вирішальне значення для дослідження цього явища. Основним їх досягненням є створення концептуальної системи. В даний час найпоширенішим визначенням туризму є визначення, прийняте на засіданні Всесвітньої туристичної асоціації та Міжпарламентського союзу (Гаага, 1989 р.). У ньому обговорюється важливість добровільних поїздок і значення сфери послуг, критично оцінюючи це визначення, стає очевидним, що в 21 ст. ідея Гаазької декларації щодо вилучення бази проживання та роботи не є повністю розвинутим рухом, який характерний для всіх учасників туризму. У документах Гаазької декларації (1989 р.) туризм визначається як будь-яка форма вільного пересування, що не передбачає роботи чи проживання, а також документальне оформлення послуг, що задовольняють потреби людей під час цього пересування [23].

Сучасні визначення туризму зазвичай поділяються на дві категорії: перша включає спеціальні визначення, які пов'язані з економічними, соціальними, правовими та специфічними особливостями туризму, вони

призначені як інструмент для вирішення конкретних проблем (зокрема, статистичні дослідження). Другу категорію складають визначення, які описують туризм у цілому, вони мають на меті розкрити його внутрішній зміст, склад його компонентів, властивостей і взаємозв'язків.

У 1980 році на Філіппінах була прийнята Манільська декларація про світовий туризм, у якій говорилося: «Туризм вважається значущою складовою життя людей через його безпосередній вплив на соціальну, культурну, освітню та економічну сфери державного життя та міжнародних відносин» [43]. У матеріалах Всесвітньої конференції з туризму, проведеної Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) в 1981 році в Мадриді, туризм розглядається як один із різновидів активного відпочинку, який у деяких країнах поєднується зі спортом. У 1993 році статистична комісія Організації Об'єднаних Націй прийняла більш розширене визначення туризму: «Туризм — це діяльність індивідів, які подорожують до інших місць і залишаються в них протягом періоду часу, меншого ніж один рік, з метою відпочинку, бізнесу чи інших цілей. " [16].

Основну частину своїх наукових досліджень західні вчені приділяють економічним аспектам туризму. Багато років тому це вважалося сектором, який сприяє розвитку місцевої економіки, підвищує добробут і впливає на якість і рівень життя жителів країни. Проте висловлюються й критичні думки щодо туристичної діяльності. Було очевидно, що запланований прибуток іноді був меншим за очікуваний, потік капіталу з конкретних країн іноді спотворювався, а позитивні аспекти часто перебільшувалися. Ці питання не відповідали очікуваним економічним вигодам у туристичній галузі.

Управлінський підхід у дослідженнях туризму використовується для моделювання життєвого циклу туристичного об'єкта. Р. Батлер, автор найвідомішої з цих моделей, виявив склад відношення туристів до етапів діяльності туристичного центру (розвідка, залучення, розвиток, сила, застій, занепад, оновлення). К. Герінг, Ф. Котлер, Р. Ланкаа, Д. Маккенс, Р. Оллієр та ін. висвітлити вплив економічних чинників на формування попиту та

пропозиції рекреаційно-туристичних послуг, обговорити ресурси та потенціал розвитку ринку туристичних послуг.

R. Brymer, X. Godfrey, D. Deya, F. Kotler, J. J. Lamben, X. Mont-Tanner Montejano обговорюють сучасний підхід до маркетингу та менеджменту на ринку послуг, зокрема в туристичній індустрії. Крім того, М. Портер, Е. Лімер, І. Толенадо та Д. Сольє, Е. Дахма та інші використовують кластерний метод управління національною економікою, цей метод сприяє підвищенню конкурентоспроможності території.

Американські експерти М. Тейлор, Д. Фінлі досліджують біди іммігрантів як потенційних працівників індустрії гостинності, Р. Вудс зосереджується на питанні навчання управлінського персоналу індустрії гостинності. Він вважає, що коли співробітникам бракує мотивації та вони не задоволені, це негативно впливає на якість наданих послуг і, зрештою, призводить до незадоволення гостей [16].

Стратегічну поведінку та управління вітчизняними та іноземними туристами, споживачами індустрії гостинності задокументовано в працях Д. Бухаліса, Дж. Кроха, Дж. Річі. Одним із найважливіших факторів, який мав значний вплив на ринкові умови для туристичних організацій, була технологічна революція, викликана розвитком Інтернету. Розробляються нові методи маркетингу та управління туризмом. Вони полегшують взаємодію між споживачами та підприємствами, як наслідок, реконструюють весь процес розробки, управління та маркетингу туристичних продуктів і напрямків. Вплив нових технологій стає все більш важливим через створення мереж, динамічну взаємодію зі споживачами та партнерами, а також потенціал для активного перепроєктування туристичного продукту. Усі ці аспекти мають вирішальне значення для успіху туристичних організацій.

Німецький дослідник Е. Коен вважає, що індустрія розваг є соціально-культурним феноменом. Він підтримав концепцію розвитку туризму, яка дозволяє фіксувати та аналізувати соціальні зміни, а також дії держави в державній політиці на прикладі її зусиль щодо розвитку індустрії

гостинності. Про психологію відвідувачів міркують британські вчені Т. Берноу та К. Уорд [80]. Німецький автор А. Т. Пауль вважає індустрію гостинності індикатором розвитку майбутнього глобального суспільства споживання, а туриста – людиною майбутнього, яка має «специфічні модерністські потреби в міжкультурній комунікації та адаптації» [38].

Цікаві концепції пропонують вчені німецької школи соціології туризму, які визначають це явище, а також пов'язану з ним інфраструктуру з двох різних позицій: по-перше, вони зосереджуються на внутрішньому світі людини, її потребі в самоідентифікації та « прагнення до спільноти», їх бажання знайти себе в глобальній спільноті. По-друге, вони розглядають індустрію гостинності як форму сучасного суспільства, зокрема щодо політичних та економічних питань. Місцеву індустрію гостинності розглядають Б. Фінні та К. Уотсон [84], і Д. МакКеннел, М. Сміт [89] – індустрія гостинності як культурний «симулякр», або хибне знання іншого членами глобальної спільноти.

У другій половині 20-го століття галузь туризму все більше вивчалася в рамках гуманітарних знань, зокрема через культурний підхід, цей підхід дозволив їм продемонструвати вплив туризму як на соціальну, так і на культурну сфери, а також на міжнародна економіка та міжнародні відносини. Цей повторний наголос викликаний тим фактом, що в сучасному суспільстві туризм більше не є просто економічною діяльністю, але також став соціальним і культурним явищем [14].

Як наслідок, проведений огляд літератури показує, що вчені мають різні підходи до туризму. Починаючи з середини 20 ст. Створено головні наукові установи, що займаються вивченням туризму. Їхня наукова відданість історично була пов'язана з економічними та соціальними проблемами, пов'язаними з розвитком галузі. Протягом 70-х рр. 20 ст. туризм стає об'єктом наукового дослідження багатьох дисциплін, це вимагає історичного дослідження того, як різні галузі науки розуміли феномен туризму, щоб досягти міждисциплінарного підходу.

1.2. Специфіка туристознавчих досліджень у колишньому радянському просторі

Дослідження туризму як наукової галузі є новим напрямком у галузі науки, і за останні кілька десятиліть спостерігаються значні зміни у фокусі дослідження та методологічному підході до нього. Після цих змін надається інформація про хід досліджень у цій галузі, крім того, виявляються об'єкти, які потребують подальшого виділення [18].

У науковій літературі та науково-популярній діяльності туризм іноді не розглядається як значуща складова соціально-культурної діяльності. З цього випливає його недостатнє теоретичне осмислення, відсутність наукової рефлексії над досягненнями зарубіжного туристознавства. Крім того, беззаперечну цінність має накопичений практичний досвід у сфері туристичної діяльності, який необхідно вивчити, систематизувати та узагальнити.

В Україні основним науковим центром з питань туризму є Київський університет туризму, економіки і права. Його науковці разом з Інститутом філософії НАН України зробили вагомий внесок у розвиток українського туризму. Провідними в цій галузі знань є наукові та навчальні видання «Туризмологія: концептуальні основи теорії туризму» (керівники проекту В. Пазенок та В. Федорченко) [5], а також праці О. Кручека, в яких обговорено первинні етапи розвитку наукового розуміння туризму як соціального явища [2]. Інші розвідки розглядали питання розвитку туризму [82]

Дослідження туризму в Україні почалося ще в радянський період. Протягом 20-30-х років 20 ст. Основним завданням було обґрунтування мети, завдань, методики та практичних пропозицій щодо проведення екскурсій. На той момент екскурсійний метод був одним із основних способів скоротити необізнаність населення. Екскурсії сприяли передачі знань і пропаганді досягнень соціалістів. Таке поєднання дослідницьких методів і краєзнавства призвело до появи нової форми освітніх заходів, якою став туризм, це була

форма фізичної культури та суспільно корисна, точніше розвага.

Розробці питань, пов'язаних із бізнесом, сприяли відомі науковці, викладачі та фахівці в галузі музейної справи, позашкільних та культурно-просвітницьких проектів, а також постійна та сезонна робота. У 1926 р. вийшла книга М. Анциферова (1889-1958), яка згодом стала відомою культурологу, історичному автору, краєзнавцю. Першою була видана «Екскурсійна робота» Герда (1928), яка сприяла розвитку теорії і методики екскурсійної роботи в колишньому радянському просторі. Автор вперше обґрунтував визначення екскурсій та класифікував їх. Крім того, заняття інших ентузіастів туризмом і мандрівками задокументували Б. Райков, І. Гревс, Д. Жарікова, В. Згура, А. Родіна, М. Анциферова та М. Гейніке. У деяких проектах, насамперед із 1920-х років, поряд із питаннями методології та класифікації екскурсій, є ресурси, присвячені періодизації та попередній історії екскурсійних досліджень. У прагненні М. Гейніке першим розділом твору є передісторія, а заключним – двадцять років дев'ятнадцятого століття [24]. Дослідження Б. Є. Райкова завершуються тим, що він зупиняється на висновках екскурсійного дослідження професора Д. Н. Кайгородова, методика породження пов'язана з дослідженням 1901 р. І.М. Грейвс узагальнив основні етапи еволюції екскурсоведства на початку 20 ст. Документував наукові публікації цього часу. Після революції він оцінив післяреволюційний етап і відзначив виразність розширення позакласних мандрівок, розмах руху в цілому, значний вплив мандрівок.

Протягом 1920-х рр. виходять проекти, пов'язані з туристичною справою українських авторів, зокрема: І. Тейтеля «Виставкова справа: Опит виставкової роботи на Україні за 1921-1923 рр.» (1927); М. Погребецького «Сувенір для туриста» (1930), «Подорожня книжка туриста» (1930); М. Філянського «Короткий путівник» (1928); ю. Спиридонович «Випробування, розвідки, експедиції» (1928); С. Френкель «Всеукраїнські мандрівки» (1928), М. Годіна «Екскурсії і туризм у школах і ранній праці» (1932) [36].

Важливим для Інституту курортології було дослідження дитячого

туризму. Унікальна група лікарів задокументувала фізичні навантаження, пов'язані з туристичними походами, які були найпопулярнішими в туристичній галузі для дітей [11].

Протягом двох років Державний центральний інститут патології розробив науково обґрунтовані рекомендації для лікарів, які працювали в туристичних DESTИНАЦІЯХ і проводили медичні огляди туристів перед поїздками. У результаті значні зусилля були спрямовані на встановлення норм навантаження та практичного способу пересування в різних природних умовах.

Значний вплив на розвиток туризму та подорожей в країні мали спеціальні періодичні видання. Протягом 1929-1941 рр. цим місцям, які мали ресурси, пов'язані з туризмом, була присвячена спеціальна категорія. Кожна туристична та туристична організація, яка має значне значення в усій країні, прагнула мати своє друковане видання. Крім того, у другій половині ХХ століття Всесоюзне акціонерне товариство «Інтурист» видавало англomовний журнал «Soviet travel» (з 1935 р. до «Sovietland»), цей альманах розповсюджувався в 39 країнах разом із Французький варіант «A travers L'URSS» [36].

Ці видання оприлюднили офіційні документи туристичних організацій, звіти про подорожі, описи туристичних маршрутів і напрямків, листи мандрівників, інформаційні листи, статті на теми, що цікавлять розвиток туризму та бізнесу, а також рецензію на путівник.

Зростання туризму наприкінці 1930-х і протягом 1940-х і 1950-х років було здебільшого забуте в науковій літературі. Певною мірою це пояснюється тим, що індустрія туризму та подорожей у країні зазнала значних змін після ліквідації Всесоюзного товариства пролетарського туризму та екскурсій у 1936 р. [54].

Практична, науково-педагогічна та громадська діяльність В. Добковича свідчить про те, що він є одним із найзначніших організаторів масового, зокрема, у сфері спортивного туризму. Наскільки значною є його

роль у створенні та розвитку спортивного орієнтування, спочатку як виду туристичних змагань, а згодом як самостійного виду спорту?

Протягом 1950-х рр. вийшли численні наукові публікації, які поширювали найефективнішу частину історії та культури школи, її методи, тематику, матеріали з безпеки. Серед авторів О. Архангельський, В. Добкович, В. Кравцов, А. Комовський, А. Прохоров та інші [9].

Інтерес до краєзнавства як складової навчального процесу в школі виявляли й інші вчені. Можна припустити, що розвиток туризму та наукових досліджень протягом 1950-80-х років мав свої особливості [17]. За цей час у сфері туризму на планеті відбулися певні зміни, зараз ця сфера стрімко розвивається, маючи власну інфраструктуру: проживання, харчування, транспорт, розваги. У всьому світі туризм зазвичай характеризується великомасштабною та індустріалізованою поведінкою, тому цю практику називають конвеєрною.

Процес планування в індустрії туризму був обов'язковим і відбувався протягом тривалих періодів часу (5-10 років). Пропозиції були схвалені вищими органами управління туристичною діяльністю. Суттєві зміни соціально-економічного становища суспільства, збільшення кількості людей, які потребують відпочинку, сприяли усвідомленню того, що їхнє задоволення є найважливішою складовою розвитку суспільства. Швидко розвивається рекреаційна індустрія, ведуться дослідження культурного клімату Японії, оцінки природних умов відпочинку, поляризації урбанізованих ландшафтів і рекреаційних зон, а також питань рекреаційних ландшафтів і рекреаційного дизайну. У середині 1960-х рр. було встановлено локації географії туризму.

Протягом 1969, 1972, 1976 рр. проходили Всесоюзні наради, присвячені рекреації та туризму. Протягом цього часу ідея рекреаційного простору, присвяченого географічним дослідженням, задумується як основа для розвитку теорії в рекреаційній географії та основний фокус досліджень. У наукових розробках цього періоду розглядаються різні аспекти туристичної діяльності, її обов'язки та пошук нових підходів до її вирішення

в цій сфері [18].

У державі назріла необхідність знову сприяти культурному відпочинку, доступному для більшості. Початок зростання розвитку самодіяльного туризму та найбільш екстремальних видів туризму. На виробничих підприємствах, містах і районах створено туристичні організації та секції.

За офіційною статистикою, тільки в 1975 році в тривалих і короткострокових самодіяльних походах, походах і самостійних поїздках до місць відпочинку, заміської зони та інших міст брали участь 75-80 млн. чоловік з метою оздоровлення, навчання, соціального, спортивного і ін. цілей.

Самодіяльний туризм був одним із найпопулярніших видів фізичного виховання, особливо серед студентів та молоді[40]. Створено програми для загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів за напрямком «Туризм і краєзнавство», першочерговою метою яких є ознайомлення дітей зі своїм краєм, набуття певних знань і навичок, необхідних мандрівникам за задалегідь розробленими туристичними маршрутами. Під час туристичних походів студенти повинні були навчитися складати план і маршрут подорожі, документувати свої знахідки, проводити найпростіші дослідження, опрацьовувати і збирати матеріали, спостерігати за погодою і робити прогнози, орієнтуватися в незнайомій місцевості за допомогою карту, компас та інші місцеві предмети, здійснювати переходи з вантажем, надавати першу медичну допомогу, розбивати намет, розводити багаття, готувати їжу, виготовляти найпростіше туристичне спорядження. Успішна реалізація навчальної програми «Туризм і краєзнавство» зумовила вміння студентів промовляти і успішно виконувати нормативи на нагрудні знаки «Юний турист», «Турист СРСР», Всесоюзного фізкультурного комплексу ГТО. , а також виконувати вимоги Єдиної всесоюзної спортивної класифікації [19].

На початку 1970-х років збільшилася кількість навчально-методичної літератури, присвяченої загальним знанням про туризм. У публікації

«Туристичні бази профспілок» вперше задокументовано залежність туристичних баз від ВЦРПС саме в цій публікації, задокументовано розташування баз, кількість місць, маршрути через ці бази.

У другій половині 1970-х рр. вийшли матеріали, зібрані студентами та працівниками туристично-рекреаційних організацій. Серед досліджень цієї групи відзначаються зусилля керівника Центральної ради з туризму та екскурсій А. Абукова. Досліджено діяльність профспілок, спрямовану на розвиток туризму в країні, акцентовано увагу на доступності туристично-рекреаційних послуг для населення, виявлено зв'язок підвищення туристичної активності з діяльністю профспілок.

У цей момент були проведені перші дисертаційні дослідження з різних аспектів розвитку туризму: вдосконалення управління внутрішніми та зовнішніми туристами, місце та значення туризму в економічній сфері території. Найбільш ранні дослідження щодо історії створення та еволюції туристичного сектору оприлюднені. Дослідник спробував зібрати й узагальнити історичні дані, пов'язані з радянським туризмом. Розглянувши діяльність профспілок Радянського Союзу в 70-х роках, він назвав цей етап «піком» розвитку туризму в СРСР. У монографії Г. Долженко задокументовано історію розвитку туризму, яка починається з кінця XIX століття і закінчується 1980-ми роками. Наприкінці 1980-х років питання підготовки кадрів для індустрії туризму стало актуальним, цьому було присвячено декілька ініціатив, хоча й у наш час проблема не забута повністю [17].

У 1985 році рішенням XXVII з'їзду КПРС було розпочато економічну реформу. Також перебудова змінила сферу туризму. Багато організацій в індустрії туризму впровадили нові принципи управління. З початком реконструкції та руйнуванням «залізної завіси» зросла можливість громадян СРСР виїжджати за кордон, а гостей з-за кордону відвідувати країну. Закон про кооперацію (1988) брав участь у розвитку ринку туристичних послуг в СРСР. Зростання туристичного ринку спонукало до наукового дослідження

його ролі та значення в повсякденному житті суспільства: робляться перші спроби теоретично дослідити і з'ясувати роль і значення туризму в житті суспільства. Розпочався новий етап розвитку, це вже є на пострадянському просторі.[18]

1.3. Соціокультурні трансформації туризму на пострадянському просторі: досвід осмислення

Рух суспільства, стрімке зростання частоти життя у 20 столітті спричинили появу нових культурних явищ, одним із яких став туризм в Україні. Зв'язок між туризмом і культурою визнано частиною більшої мети людства - миру, викорінення бідності, екологічної стабільності, різноманітності та міжкультурного спілкування. Зростаюча кількість туристів, які відвідують Європу та Америку протягом 1990-х років, доповнювалася туристами з пострадянських держав, ці пізніші туристи, особливо з Китаю та Японії, брали участь у процесах глобалізації та культурної комунікації. Туристичні подорожі стають звичним явищем для тисяч людей, це призвело до значного зростання соціального та культурного розмаїття в усьому світі. Як наслідок, туризм є складним утворенням, яке потребує наукового дослідження.

Культурні процеси в незалежних державах, що відбулися після розпаду СРСР, не схожі на процеси в західному світі. Мільярди людей мали можливість дізнатися про іншу планету, чого не мали б за 70 років. Розвиток міжнародного туризму в країнах СНД відбувався в умовах політичної та економічної нестабільності. Термін «човниковий туризм» походить від концепції великої кількості туристів, які подорожують разом, це явище було вперше задокументовано на початку 1900-х років. Поряд із торгівлею «Човник» вони стали базовою платформою для розвитку туристичної галузі та малого бізнесу в країнах СНД. Сьогодні вони все ще є соціальним та економічним явищем, яке науково розглядається. В Україні їх дослідження були обмеженими. Зокрема, на економічних аспектах транскордонної

діяльності та «човникового» туризму акцентовано увагу в наукових працях Інституту регіональних досліджень НАН України [4; 50]. Процедури формування та поширення цього явища в Росії та інших країнах Центральної та Східної Європи задокументовані в працях дослідників [90]. Зокрема, італійські фахівці також досліджували це соціально-економічне явище, вони провели кількісне дослідження його масштабів.

Деяким вдалося створити власний капітал лише за рік. В результаті бізнес збільшився в розмірах, розвинулася необхідна інфраструктура. Багато хто мав постійних послів за кордоном. Великі суми грошей оберталися навколо роздробленого бізнесу. У середині 1990-х років майже 30% усіх імпортованих товарів надходили з приватних джерел в Україні та Росії. Кожен рейс до Стамбула чи Дубая супроводжувався відправленням 5-10 мільйонів доларів готівкою. Точних цифр немає, але прийнято вважати, що економіка Польщі та Туреччини виграла від присутності російських та українських туристів та їхніх фінансів. Дохід, отриманий від «човникового» бізнесу, дозволив створити та розширити нині добре відомі комерційні зв'язки [20].

Зовнішній ринок туристичних послуг та суб'єктів господарювання успішно пережили туристичний бум у країнах колишнього Радянського Союзу. Це охоплює як основні послуги, так і всю організацію комерції та торгівлі. У результаті в готелях, де були розміщені ці мандрівники, гроші зберігалися в номерах для їх безпеки. У багатьох ресторанах, кав'ярнях і парках розповсюджувалися меню та інша інформація російською мовою. В основному ці місця відвідували туристи з регіону Центральної Азії. У багатьох оптових і роздрібних торговців працювали перекладачі з російської мови. Багато туристичних агенцій у країнах, які є частиною індустрії човників, змінили свою діяльність на обслуговування переважно «комерційного туризму», підписавши угоди з представниками торгівлі та виробництва, вони також організували транспортування та митне очищення товарів. Співпрацюючи з російськими, українськими та білоруськими

агентствами, іноземні організації перед поїздкою отримували інформацію про туристичний інтерес «імпортерів туристів», щоб скласти план їхнього перебування в країні. Більшість регіональних урядів і торгово-промислових палат також спрямовані на сприяння туристичним і комерційним заходам для відвідувачів з СНД на своїй території.

У поєднанні з розвитком індустрії човників швидко створювалася та розвивалася система супутніх послуг, включаючи туристичні агентства, вантажні компанії, чартерні авіакомпанії тощо. Вони мали намір обслуговувати саме цей тип туристів. Багато поїздок до зарубіжних країн здійснювали туристичні агентства (туроператори): вони налагоджували зв'язки з посольствами відвідуваних країн, видавали групові ліцензії, організовували чартерні рейси. Можна стверджувати, що «човникова торгівля» започаткувала сучасну індустрію туризму і в Україні.

Статистика Державної служби туризму і курортів свідчить, що за період 1992-2012 рр. кількість зареєстрованих туристичних організацій в Україні зросла до 8113, і ця кількість щорічно збільшується. Тільки в Києві функціонує 2575 туристичних організацій - 1241 мандрівник і 1334 організації, що становить понад 25% від загальної кількості туристичних організацій України. Туристична галузь приваблювала підприємців невеликою стартовою вартістю, коротким терміном окупності, динамічним зростанням попиту на туристичні послуги, високим рівнем рентабельності. [1]. Типовий період окупності витрат у туристичному секторі становить від двох до чотирьох років і більше. Туризм сприяє розвитку інфраструктури: ресторанів, торговельних підприємств, готелів, систем зв'язку, виробництва, транспорту. Цьому сприяє зростання попиту на розчинники як з боку вітчизняних, так і іноземних туристів.

Обсяг човникового туризму та комерції наприкінці 90-х років перевищив поріг значущості, вони перетворилися з «неформальних явищ» на серйозну політичну тему. До кінця 1995 року державні структури Росії вже звинуватили туристів у наявності значного від'ємного валютного сальдо, яке

в 1995 році оцінювалося в 7,28 мільярда доларів (5,03 мільярда доларів - 1994 рік).

Важливо визнати, що «човниковий» імпорт є випадковим, його обсяг не підтверджується ні митницею, ні статистика. Таким чином, точної інформації щодо загального обсягу імпортової продукції, яка продається на ринках, немає. Як наслідок, статистичної інформації щодо обсягу та складу імпорту недостатньо, це проблематично, оскільки не може точно оцінити прогрес інтеграції Росії та України в міжнародний економічний простір.

Зараз обсяги внутрішнього туризму в Україні за обсягом перевищують ринок міжнародного туризму. Окремі партії товарів вигідніше купувати на великих оптових ринках, ніж їздити за ними в інші країни. Це тому, що великі корпорації, які імпортують товари в Україну, мають значно нижчі витрати на одиницю товару, ніж туристи. Багато туристичних агентств спеціалізуються на пропозиції «одноденних поїздок» на оптові ринки товарів. Крім того, на підприємствах профспілки сприяють поїздам своїх працівників у бажані місця на особливих умовах. Зокрема, Хмельницький оптовий ринок, який є одним із найбільших у Європі, «7-й кілометр» в Одесі та ринок «Барабашово» у Харкові, найбільше відвідують шоп-туристи з України. Останнім часом в Україні стала популярною практика закупівлі автомобілів на внутрішніх ринках і спеціалізація на купівлі автомобілів, які вже були в експлуатації.

Прийнято вважати, що сьогодні «човниковий туризм» втратив свою актуальність. Однак дані Держприкордонслужби свідчать про інше: кількість людей, які перетнули західну частину України у 2010 році, становила 23,5 мільйона осіб, що приблизно на 1,5 мільйона більше, ніж у 2009 році. Така тенденція зумовлена збільшенням кількості карток які видаються для невеликих транскордонних поїздок європейськими консульствами, які межують з Україною, в результаті українці в прикордонних регіонах стали більше залучатися до цього виду торгівлі. Директор регіональної філії ННІ стратегічних досліджень (м. Ужгород) С. Мітряєва зазначила: «...Особливу

активність українці мали в прикордонні з Угорщиною. Причиною є бажання стати громадянином цього народу. З початку цього року в Угорщині почало діяти законодавство про подвійне громадянство. В результаті українці беруть участь у багатьох поїздках, спрямованих саме на збір необхідних документів.

Як наслідок, «човниковий туризм» актуальний і сьогодні, він потребує наукового дослідження. Його значення як культурного, економічного та соціального явища недооцінюється. Пам'ятники цьому своєрідному туристу, встановлені у Слов'янську (Донецька область), а також у Єкатеринбурзі, Белгороді та Благовещенську (Росія) свідчать про повагу суспільства до цього явища. Крім того, що «човниковий туризм» став основою сучасної туристичної індустрії майже в кожній країні СНД, він змінив світогляд пострадянського громадянина, забезпечив працевлаштування багатьох людей на певний термін і став школою для маленьких і середнього бізнесу в країнах СНД. Протягом останнього десятиліття це явище зазнало певних змін, і відвідувачі цього району також зазнали змін. Ці процедури в Україні та інших країнах СНД вимагають серйозних наукових досліджень.

РОЗДІЛ 2. ФЕНОМЕН ТУРИЗМУ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА

2.1. Туризм і культура: чинники взаємопроникнення

Протягом 60-х і 70-х років 20-го століття концепція глобалізації протягом наступного десятиліття привернула наукову увагу, термін «глобалізація» став загальноприйнятим у наукових колах, і тепер він є важливим для розуміння світу наприкінці 20-го століття та початку 21 ст.[10].

Сучасні соціологи та культурологи, які вивчають наслідки глобалізації, мають значний інтерес до зміни культурної та індивідуальної ідентичності, до того, як національні організації, рухи, туризм, міграція та міжетнічні та складні контакти між суспільствами сприяють створенню нових транслокальних, транссоціетальних ідентифікацій. Соціальні реалії світу стирають відмінності між культурними традиціями, етнічними групами та релігійною вірою. У зв'язку з цим теоретики ставлять під сумнів спільність і мету процесу глобалізації щодо конкретних культур і культурних традицій, однією з яких є туризм.

У вітчизняній і зарубіжній науці набули популярності різноманітні методи аналізу та інтерпретації глобалізації [77]. Визначення понятійного апарату, уточнення понять, які планується проаналізувати, безпосередньо залежить від галузі науки, у межах якої проводяться та застосовуються конкретні теоретичні та методологічні підходи. Сьогодні наукові теорії та ідеї про глобалізацію формуються в політичній економії, політології, соціології та культурології. З точки зору культурологічного аналізу сучасних глобалізаційних процесів, найбільш продуктивні концепції та теорії з самого початку були виведені на стику соціології та культурології, а предметом їх концептуалізації став феномен глобальної культури.

Протягом 1990-х рр. Р. Робертсон популяризував у науковому середовищі соціології наукову ідею «глобалізації» та «глокалізації». Визнається декілька наукових теорій глобалізації: модель «світової системи»

(І. Валлерстайн); модель «світової культури» (М. Арчер, Р. Робертсон, М. Феверстоун); теорія глобальної спільноти (Е. Гідденс); теорія «суспільств, заснованих на знаннях» (Н. Стер).

Концепція глобальної культури та культурної глобалізації Р. Робертсона[91], П. Бергер, Е. Сміт [67], А. Аппадурія [78] представляють два різні підходи до міжнародної дискусії про роль культури в міжнародній науковій дискусії про долю культури глобалізації. У межах першого напряму, започаткованого Р. Робертсоном, концепція глобальної культури описується як результат універсальної історії людства, що стало частиною епохи глобалізації. Глобалізація вважається зменшенням світу, який тепер складається з єдиної соціокультурної цілісності. Ця процедура має два первинні вектори еволюції – інституціоналізований характер світового життя та локалізація глобальності.

Ідея «культурної динаміки глобалізації», запропонована П. Бергером і С. Хантінгтоном, є другою за популярністю та згадуваністю в міжнародній дискусії культурних і соціальних проблем щодо культурної долі глобалізації. Метою авторів є визнання «культурних складових глобалізації» [7]. Бергер і Хантінгтон вважають, що поняття культури має вирішальне значення для їхнього визначення, оскільки це поняття походить від загальноприйнятого соціально-наукового визначення слова, яке є віруваннями, цінностями та способом життя середньої людини в її повсякденному житті. існування.

Інший підхід, представлений концепціями Сміта та Аппадурія, зосереджується на ідеї, що феномен глобальної культури є штучною, ідеологічно заснованою конструкцією, яка активно пропагується та використовується засобами комунікації та технологій.

Сміт описує глобальну культуру як технічну, універсальну та еклектичну, це сконструйована культура, яка має на меті підтвердити глобалізовану реальність – економіку, політику та ЗМІ. Його прихильниками є країни, які пропагують культурний імперіалізм як єдиний ідеал гуманізму. Науковець визнає, що спроби підтвердити культурну легітимність світу за

допомогою модної сучасної концепції «конструйованих або романтизованих спільнот» не витримують критики.

Аппадураї вважає, що однією з найважливіших причин сучасної глобальної культури є феномен «детериторіалізації». «Детериторіалізація» спричиняє появу першого і найбільш суттєвого аспекту «глобальної культури» – етноландшафту, який складають туристи, іммігранти, біженці, емігранти та іноземні заробітчани. Детериторіалізація є причиною появи нових релігійних конфесій, наприклад глобального фундаменталізму в релігії.

Систему координатних цінностей у глобальному суспільстві досліджують і раціонально критикують З. Бауман, Е. Гідденс, М. Покровський, П. Штомпка. Концепція З. Баумана, Дж. Урі є важливим у створенні ефективної взаємодії між туристами та місцевим населенням. Розвиваючи концепцію соціології мобільності, Дж. Уррі вважає, що мобільна економіка і культура є похідними від глобальних комунікацій і потоків, це змінює соціальну структуру, соціальну інформацію і комунікацію, порядок інформації.

У 90-ті роки 20 століття набула популярності парадигма глобальної культури, яка репрезентує сучасний стан людства. Світовий туризм, культурні гібриди, постмодернізм і нові способи сприйняття речей вважаються важливими показниками глобальної трансформації. Найважливішими чинниками є внутрішні сили, які надихають людей, їх рішучість у новому середовищі. Самоідентифікація, згідно з моделлю, є одним із найбільш значущих наслідків або супутників глобалізації.

Дослідження британського соціолога Джона Томлінсона [92] також стосується вивчення глобальної культури. На його думку, культуру слід розглядати як частину глобалізації, але лише як спосіб життя. Цей метод раніше був запропонований К. Гіртсом [27]. У зв'язку з цим культура вважається суттєвою складовою глобалізації, оскільки пов'язана зі свідомістю і стилем життя індивіда. Саме тут найбільш яскраво

простежуються наслідки глобалізації. Автор описує різні симптоми цього стану в культурному середовищі, які мають значний вплив на життя людини в другій половині 20-го століття: етноцентризм, культурний імперіалізм, вестернізація та відірваність світу від батьківщини, як наслідок глобалізації.

Соціолог Ульф Ханнерс зосереджується на концепції, згідно з якою світова культура є результатом злиття багатьох місцевих культур, а також культур, які не базуються на певній території, зокрема субкультур.

Вплив «глобальної культури» є відповіддю на посилення контртенденцій – зростання популярності локальних культур: національних релігійних та етнічних традицій, що дозволяє окремим групам і спільнотам зберігати свою самобутність. М. Кастельс описав це явище як зростаючу важливість ідентичності опору. За його оцінкою, ідентичність цієї групи населення впливає не лише з етнічних і релігійних компонентів, традиційних цінностей і активної соціальної активності, а й з відсутності турботи про дискримінацію.

Як наслідок, туризм є однією з найважливіших сфер розвитку нового соціального типу та являє собою культурне вираження глобальної спільноти. Феномен туризму має якісний зв'язок з інформаційним суспільством – рухом, переважання споживчих інтересів, віртуалізація, візуалізація, інформатизація та глобалізація.

СОТ передбачила, що в 21 столітті необхідно більше глобалізму в туризмі та підтримки національної культури в туризмі та культурі. На думку СОТ, це призведе до завершення переходу від туризму до важливої складової глобального науково-технічного та культурного прогресу. Особливо це стосується наукового, еколого-воєнного, спортивно-пізнавального та культурного туризму, які мають значну науково-культурну складову. Інші складові туризму, в тому числі науковий і культурний, також присутні в інших видах туризму, зокрема, це стосується оздоровчого, ділового та конгресового туризму, а також спорту. Без унікальної наукової та культурної програми не відбудуться жодні значні змагання на Олімпійських іграх чи

інших знакових подіях.

Глобальна практика другої половини 20-го століття свідчить про те, що в міру розвитку глобалізації туризм все частіше використовується як потужний засіб спілкування між культурами як у соціальному, так і в економічному плані. Звучання туризму змінюється і може стати важливим для розвитку людства на початку третього тисячоліття. Інтерес науковців викликає фінансовий аспект процесу: глобальний характер фінансових ринків, ринків праці та капіталу, швидке зростання електронної комерції тощо. Крім того, важливо визнати, що глобалізація є складним процесом, який охоплює всі аспекти суспільного життя, його можна розглядати з різних точок зору. Ймовірно, одним із найефективніших підходів є розгляд глобалізації крізь призму змінених повсякденних практик, складна комбінація яких і становить світ життя. туризм, по суті, є формою глобалізації.

У міру розвитку індустрії туризму вона перетворилася на квазі-подорожі, тому що цілі та наслідки були змінені. У результаті Д. МакКеннел задокументував початкову популяризацію туристичного простору в умовах глобалізації [89]. Він запропонував, що процедура туристизації простору, як правило, пов'язана з сакралізацією, яка змушує конкретну природну чи культурну подію розглядати як сакральний об'єкт, який є частиною ритуалу туриста. Ця процедура включає кілька кроків (сцен): позначення пам'ятника, запобігання його спорудженню, покращення, механічне відтворення святини та соціальне відтворення нового пам'ятника, який має власну назву та популярність.

Інший видатний дослідник туризму Дж. Уррі зазначає, що для багатьох соціальних груп втрата дистанції (F. Cairncross) [80] стає все більш значною, тоді як перехід від твердої, послідовної сучасності до більш плинної та прискорена «рідка модерність» (З. Бауман) [79]. Він продовжує: «Тілесні подорожі» стали значною частиною туристичної індустрії. Зараз відбуваються найбільші в історії міграції людей через міжнародні кордони.

Через цю плинність стосунки між суспільствами по всьому світу сприяють потоку туристів, і одне за одним місця змінюються, щоб пристосуватися до цього потоку. Планета укладена в процедуру виробництва та споживання локацій [96]. Сьогодні фундаментальними складовими сучасної глобальної культури є готельний буфет, басейн, бар, пляж, зал очікування аеропорту та засмага. За його оцінкою, світ став глобальною ареною, на яку вийшли всі нації, які прагнуть залучити якомога більше туристів, змагаючись у цьому бажанні. У цьому відношенні такі міжнародні мегапроекти, як Олімпійські ігри, змагання на Кубок світу та Міжнародні виставки [86].

Проте зростання міжнародного туризму як форми комерційної та культурної інтеграції свідчить про наявність певних закономірностей розвитку у формуванні транснаціонального культурного простору. Національна, етнічна, культурна спадщина та традиції перетворюються на товари, які експонуються на ярмарку туристичної культури. Національні культурні символи – це зображення, які є найбільш фотогенічними та мають найбільший візуальний ефект, вони не мають історичного значення.

Намагаючись урізноманітнити час поза роботою, сучасна людина береться за все більше культурних зусиль. Туристичний бізнес освоює нові території та населені простори. Визнано, що використання туристичних ресурсів на ринках Європи та Америки є найбільшим, а увага спеціалістів у сфері туристичних послуг, а також клієнтів, які користуються цими послугами, в першу чергу спрямована на Азію та Китай. Однак зростання туризму має додаткові негативні наслідки, серед яких: інфляція, руйнування навколишнього середовища, неправильне культурне використання та неповага до місцевого населення. Останнє пов'язане з присутністю туристів, що змушує їх нав'язувати власний стиль життя та моделі споживання.

У своїх рішеннях Організація Об'єднаних Націй визнала цінність туризму для досягнення соціального та економічного розвитку, відомого як Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ), і довгострокового сталого майбутнього. Генеральний секретар ЮНВТО Талеб Ріфаї назвав туризм здатним зробити

внесок у створення безпечного, справедливого, «зеленого» та успішного світу для всіх.

У результаті туризм, який є передусім комерційним і споживчим каналом культурної комунікації, нещодавно був визнаний символом культурної глобалізації. Перетворення туризму на значну частину глобального бізнесу призвело до представлення національних культур і етнічних традицій як товару, що пропонується споживачеві. Однак не всі держави фінансово спроможні створювати та підтримувати туристичну інфраструктуру, і культури не мали достатньо часу, щоб стати звичайними.

2.2. Туризм у просторі міжкультурних комунікацій

Соціокультурні вимоги до розвитку та еволюції туризму як явища, що є невід'ємною частиною соціальної реальності, були створені в індустріальну еру. Як соціально-культурне явище, туризм став виключно присвяченим відтворенню реальності, виробництву та розповсюдженню культурних цінностей. Історія подорожей і туризму пов'язана з основними етапами розвитку людського суспільства, але саме в 20 столітті туризм став звичайним продуктом суспільства, особливо після Другої світової війни. У своїй основі вона поділяє ті самі принципи спілкування, що й велика культура. На Заході в центрі уваги, як правило, її соціальна функціональність, систематизація та вплив масової культури, проте у вітчизняній науці дослідження такого характеру з'явилися нещодавно. У зв'язку з цим варто переглянути наукові досягнення західних вчених і розглянути, як з часом розвивалася сфера туризму [19].

Сучасний туризм вважається звичайною частиною повсякденного життя, ця трансформація змінює культурні форми існування. Завдяки активізації цієї діяльності активізується спілкування, розширюється культурний простір, розвивається економіка і культура, підвищується духовний потенціал особистості та суспільства.

Питання комунікації культур у сфері туризму почали цікавити вчених

і фахівців лише в останні роки. Очевидно, це пов'язано з тим, що в умовах стрімкого формування світового туристичного простору відбулися кількісні та якісні зміни туристичної діяльності, сформувалася думка, що економічна ефективність туризму, екологічна стабільність та культурне різноманіття туристів напрямки не підтримувалися і не розвивалися без аналізу, нагляду або регулювання взаємодії між культурами в локальних і глобальних системах туризму. Крім того, вирішення проблем національної, расової нетерпимості, ворожнечі, жадібності та стереотипів, викликаних глобалізацією, можливе через діалог культур, чому також сприяє туризм.

Крім економічного значення, туризм має значний вплив на підвищення взаєморозуміння та довіри між людьми різних віросповідань і культур. Як соціально-культурне явище, туризм відіграє певну роль у збереженні культурної спадщини, передачі культурних знань, але його зростання ставить численні питання та проблеми [15].

Документи Організації Об'єднаних Націй визначають туризм як необхідний для людської діяльності, і всі держави і народи повинні його підтримувати і розвивати. Будучи каталізатором миру, міжнародний туризм сприяє спілкуванню між людьми різних національностей, різних держав з різними політичними системами, різними релігіями, різними менталітетами та різними інтелектуальними здібностями, причому всі вони індивідуальні. Це сприяє обміну знаннями та покращує світогляд, як у буквальній, так і в духовній сферах.

Вивчивши соціологічну, рекреаційну, медіативну, пізнавальну та комунікативну функції туризму, можна сказати, що всі вони тісно пов'язані з соціально-культурною еволюцією суспільства, цінністю відпочинку та способом мислення людей. Соціокультурна еволюція суспільства неможлива без міжкультурної комунікації, яка на сьогодні є вагомим складовим розв'язком розвитку туризму та відіграє значну роль у міжнародному туризмі.

Міжкультурну комунікацію слід розглядати як: саму діяльність; умова та організаційний принцип цієї діяльності; фактор і якість туристичного

продукту; професія спеціаліста з туризму; необхідність цієї складової у змісті професійної освіти туриста; і те, як це сприймають інші.

Міжкультурна комунікація як практика передбачає взаємодію представників різних культур під час професійного спілкування в туризмі в рамках іншої партнерської діяльності постачальників і операторів, які спеціалізуються на туризмі, ініціативних операторів і операторів розміщення, а також ТНК і компаній, які частина приймаючого суспільства. Ці суб'єкти надають послуги іноземним туристам.

Міжкультурна комунікація як засіб комунікації та принцип організації може бути використана під час проектування та створення туристичного продукту, розробки маркетингових комунікацій, планування та реалізації рекламної та виставкової діяльності, організації заходів, прийому та обслуговування іноземних туристів на території приймаючої культури або спільноти походження. [44].

Різні рівні та жанри міжкультурної взаємодії в туризмі включають міжкультурне лідерство та технологічну, інформаційно-комунікаційну, побутову та професійну сфери. Специфіка типу взаємодії в туризмі визначає специфіку середовища спілкування: «гість-господар», «гість-гість», «господар-постачальник», «споживач-постачальник», «постачальник-постачальник».

Відповідно до визначення міжкультурної комунікації, що передбачає зміст, професійна діяльність у туризмі поділяється на чотири основні інформаційні сфери:

- 1) Інноваційна комунікація передбачає туриста як одержувача інформації щодо нових знань про властивості та ознаки явищ, об'єктів і процесів; технології та умовності здійснення будь-якої діяльності, поведінки та взаємодії; мови, знаки та способи спілкування в новому середовищі;

- 2) спрямованість спілкування допомагає туристу як реципієнту інформації зорієнтуватися в натуралістичному та соціальному просторі подорожі.

3) посилення спілкування впливає на мотиваційну базу туриста до культурної та соціальної діяльності.

4) Кореляційна комунікація уточнює або оновлює параметри вищезазначених типів знань, настроїв і мотивації, які певною мірою визначають життєдіяльність споживача щодо згаданих послуг.

Найбільший виклик у сфері міжкультурної комунікації стоїть перед персоналом приймаючих туристичних центрів, ці центри в основному складаються з гідів, перекладачів та перекладачів. Це лідер, який повинен вирішувати питання туристів щодо їхнього мовного та культурного досвіду в чужій країні.

Однією з найпоширеніших проблем є адаптація, яка супроводжується культурним шоком. Це цілком природна психологічна реакція людини, коли вона опиняється в незнайомому мовному та культурному середовищі під час взаємодії з іншою культурою. Це викликає відчуття дискомфорту, нерішучості, розгубленості, психологічної дезорієнтації, тривоги та стресу.

На процедуру адаптації впливає безліч факторів, серед яких: індивідуальні відмінності, туристичний досвід, ступінь схожості або відмінності культур, особливості культури, особливості країни, спосіб впливу «господарів» на туристів.

Для того щоб адаптація відбувалася швидше і без негативних наслідків, існує кілька методів підготовки туристів та інших фахівців сфери туризму до міжкультурної взаємодії - це різноманітні навчальні та освітні програми. Вони прагнуть розвинути такі якості мультикультурної особистості: етнокультурна чутливість, прийняття, емпатія та повага до культур інших, ці якості необхідні для ефективного спілкування з людьми з інших культур, для вирішення конфліктів між культурами які присутні в спілкуванні, і мати розуміння культур інших людей.

Під час навчального процесу вивчається метод спілкування, що визначає потреби клієнта в іноземній культурі, впливає на його мотивацію, презентує туристичний продукт у прямому та опосередкованому контакті,

техніка продажу, культурно-етичні питання, пов'язані з прийомом турів, турагентами та іншими спеціалістами. розробляються [65].

Міжкультурна комунікація потребує багатьох знань, умінь і навичок, а також психологічного заохочення, які набуваються шляхом навчання, освіти та практичної діяльності. Фахівці в галузі міжкультурної комунікації вважають, що лише інформації про чуже культурно-мовне середовище недостатньо для ефективної комунікації та співпраці [57].

Важливо визнати, що теорія міжкультурної комунікації впливає з теоретичних основ лінгвістики, теорій комунікації, мовленнєвих актів, семіотики, психології, соціології, культурології, культурної антропології та суміжних галузей, таких як риторика.

Інтерес до культурного туризму останнім часом зріс, це призвело до того, що питання про те, як спілкуватися з культурами, які відрізняються від культури приймаючої країни, стає все більш актуальним. Спочатку приймаюча сторона повинна виховувати себе (через ЗМІ, освіту, науку, культуру), це призведе до розвитку поваги, толерантності та гостинності у ставленні до туристів, які представляють інші культури.

Як наслідок, створення орієнтирів для спілкування з культурами, які відрізняються від приймаючої культури, є обов'язковим, насамперед, у самій спільноті – готовність та спроможність приймаючої спільноти до міжкультурних контактів, зокрема у формі інституцій та послуг, засобів масової інформації, бізнесу, населення приймаючої країни в цілому, по-третє, у професійній освіті в галузі туризму.

На думку дослідників міжкультурної комунікації, для ефективної комунікації між культурами спілкування між культурами потребує спільної основи для розуміння мови та культури, яку називають когнітивним резервом. Основою когнітивної бази є так звані прецедентні феномени, які демонструють особливості культурного характеру, етнічної та мовної свідомості. Прецедентні явища — це одиничні знаки, символи чи показники культурних та історичних фактів, які визначають основу цінності мовної та

культурної спільноти. Дослідники вважають, що комплекс попередніх явищ, які є як послідовними, так і обширними наборами правил, які визначають ціннісні параметри всієї мовної та культурної спільноти, ці правила регулюють поведінку своїх членів. Згідно з твердженням К. Касьянової, основою етнічної поведінки є сукупність предметів або понять, які у свідомості кожного представника певної культури асоціюються зі спектром яскраво забарвлених емоцій або почуттів. Візуальний вигляд будь-якого з цих об'єктів або ідей спричинить рух усього спектру пов'язаних почуттів, що зазвичай призведе до дії. порив, характерний для цієї культури.

Під час створення контенту для інформаційно-реklamних матеріалів, у тому числі текстів, що описують екскурсії та туристичну інформацію, фахівці повинні враховувати та акцентувати увагу на попередніх явищах у цільовій лінгвокультурній сфері споживачів. На практиці це означає, що ресурси, які витрачаються на відвідування одних і тих самих маршрутів для вітчизняних та іноземних мандрівників, будуть помітно відрізнятися. Це також стосується створення змісту рекламних статей і оголошень, інтернет-сторінок і виставкових матеріалів, які розраховані на різні лінгвокультури. Туристичне соціально-культурне свято базується насамперед на здатності реципієнта розуміти як усну, так і письмову інформацію, а також сміх і розваги, які є похідними від звичайних явищ. [42].

У результаті фахівці в галузі анімації повинні створювати зміст анімаційних заходів на основі універсальних попередніх явищ або на основі культурних і мовних традицій туристів [42]. Спільні феномени культури іноземних туристів, які розглядаються як основа маркетингових комунікацій, сприяють ефективності міжкультурної комунікації, а отже допомагають зрозуміти культурні традиції та звичаї різних країн і культур у контексті глобалізованого світу.

Значним є соціокультурне значення туризму для суспільства [76]. Соціокультурні ефекти традиційного туризму – це прямі чи опосередковані ефекти туризму та індустрії туризму [85]. Вплив соціокультурних чинників

дуалістичний: вони можуть мати позитивний або негативний вплив. Обмін культурними ідеями корисний. Пристрасть туристів до культурної спадщини того чи іншого народу може викликати у місцевого населення почуття гордості, це може призвести до зростання бажання місцевого населення зберегти свої національні традиції та ремесла.

Негативні наслідки часто викликані прямим контактом, але вони також можуть виникати через надмірний розвиток туризму та неефективність пошуку потенційних можливостей. Залучення іноземців як робочої сили, а також створення нових високооплачуваних робочих місць завдяки іноземним інвестиціям може викликати невдоволення місцевих жителів, які не можуть знайти собі підходящу роботу або незадоволені оплатою праці [77]. Питання соціальної напруги може посилюватись через різний рівень добробуту гостей та місцевого населення [30]. Щоб уникнути цих проблем, туристів необхідно направляти в райони, де можлива їхня концентрація (наприклад, шляхом підвищення цін відносно інших районів). Це зменшить потік міжнародних туристів. Крім того, великі кошти оплачуються невеликою кількістю відвідувачів, які прибувають до країни [6].

Наступні негативні наслідки туризму, які є перш за все очевидними, класифікуються як такі:

- забруднення стічними водами, сміттям;
- надмірне використання природних територій (лісів, гірських районів, озер);
- знищення природних територій з метою розміщення туристичних ресурсів;
- вплив на культуру місцевого населення;
- втрата історико-архітектурної спадщини;
- одноразове збільшення чисельності населення в рекреаційних зонах;
- посилення соціальної напруги.

Однак не варто розглядати пряму взаємодію між туристами та місцевими жителями як форму соціального впливу. Нові методи комунікації,

транспорту та інфраструктури, запропоновані для розвитку туризму, а також нові методи зайнятості викликають соціальні зміни, які відбуваються без прямої взаємодії. Їх можна класифікувати як непрямі впливи на суспільство.

Крім соціальних наслідків туризму, слід звернути увагу на телевізійну рекламу споживчих товарів, радіо- та телевізійні програми, які в результаті зростання доходів населення призвели до різних потреб у них і, таким чином, посилили соціальні зміни. . Непрямим соціально-культурним ефектом розвитку туризму є невідповідність соціально-культурного становища гостей і місцевих жителів. Це стосується традицій, релігії, поведінки, моди та інших аспектів.

У підсумку можна сказати, що однією з найважливіших функцій сучасного туризму є спілкування. Туризм є засобом передачі знань, каталізатором спілкування. Значення комунікативної функції туризму настільки значуще, що дослідники зазвичай вважають туризм передусім засобом міжкультурної комунікації, в якому джерелом інформації є семантичний пласт культурного простору іншої культури, що ініціює спілкування культур під час подорожі. на індивідуальному, громадському та культурному рівнях. Через туризм інформація може передаватися як вербально, так і в діях, поведінці, використовуючи знак і код символічної культури. Крім того, туризм використовується як засіб збереження та передачі традицій і культурної спадщини.

2.3. Культурно-комунікаційні зв'язки міжнародних туристичних організацій

Збільшення комунікативності в складових туризму посилило науковий консенсус щодо принципів універсальної гармонізації туристичної діяльності. на це питання почали звертати увагу впливові міжнародні організації. Дискусії щодо мети та важливості туристичних обмінів і співпраці між країнами ведуться в рамках ООН з 1946 року, коли ця організація була створена. У період 1946-1975 рр. основну роботу з розвитку

та налагодження співпраці в галузі туризму проводила Економічна і соціальна рада - ЕКОСОС.

У 1963 році в Римі (Італія) відбулася Конференція ООН з міжнародного туризму та подорожей. Резолюція, прийнята Римською конференцією на конференції, стала першим задокументованим документом щодо туризму в історії, це визначення описує, як туризм є одним із найбільш значущих і корисних аспектів людської діяльності, він повинен бути визнаний і пропагований усіма націями та урядами. Це має значний вплив на розвиток позитивних почуттів і спільних цілей між країнами та підтримання миру. Римська конференція рекомендувала урядам уникати будь-яких кампаній наклепу чи дискримінації на основі релігійних, расових чи політичних питань у сфері туризму.

1967 рік Генеральна Асамблея ООН присвятила міжнародному туризму. У 1969 році в Софії, столиці Болгарії, відбулася перша міжнародна конференція з туризму, на якій було прийнято резолюцію про створення міжнародної організації, присвяченої туризму, ця організація тепер відома як Всесвітня туристична організація (COT). . Датою створення COT вважається 2 січня 1975 року, коли більшість країн-учасниць цієї організації офіційно прийняли статутні норми і правила. Організація взяла на себе роль Міжнародного союзу туристичних організацій (IUTO), який був заснований у 1934 році. СРСР був частиною групи засновників COT. У 1925 році перший міжнародний конгрес офіційних асоціацій мандрівників організував Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (ІТО), який у 1975 році був перетворений на COT.

Документом, який ініціював COT, була Резолюція 2529 (XXIV) «Створення міжурядової організації, присвяченої туризму» Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй, яка була прийнята 5 грудня 1969 року. Ділова рада COT включає понад 100 освітніх організацій, які займаються до сфери туризму та готельного господарства різних рівнів сертифікації. Серед них з 1999 року в Україні є лише один навчальний заклад

вищої освіти – Київський університет туризму, економіки та права.

З 1980 року з ініціативи СOT щорічно 27 вересня відзначається Всесвітній день туризму. СOT популяризує свята на цю тему (слоган); зміст рекламної акції вказує на важливість туризму для збереження миру на планеті.

Всесвітня конференція з туризму, яка відбулася 27 вересня, внесла значний внесок у визначення ролі та місця туризму як важливої складової публічної дипломатії. 10 жовтня 1980 року в столиці країни Манілі на Філіппінах. У підсумковому документі, Манільській декларації про світовий туризм, задокументовано питання, пов'язані зі зв'язком між туризмом та історичними пам'ятками, визнається важливість збереження історичних пам'яток, розвитку туризму та інтернаціоналізації відносин між туризмом та іншими країнами. «Звернення до миру» було прийнято як пропозиція під час конференції, це звернення «професійно вимагає, щоб усі нації та уряди підтримували мир, припинили розповсюдження зброї та сприяли взаєморозумінню між людьми» [45].

У 1982 році в Акапулько (Мексика) відбулася Всесвітня конференція з туризму, на якій обговорювалися шляхи досягнення цілей, перелічених у Манільській декларації про світовий туризм. У задокументованому «Документі Акапулько» зазначено: «Сучасний стан світу та збільшення кількості насильницьких конфліктів у світі негативно впливають на розвиток туризму» [33]. Документ з Акапулько показав, що «світовий туризм може служити важливим компонентом у запобіганні глобальній війні, моральною та інтелектуальною основою для взаєморозуміння та взаємного спілкування між націями». Основною тезою документа була незаперечна істина про те, що розвиток туризму залежить від наявності миру та міжнаціональної злагоди, що визначалося як право на оплату відпустки. Усе це було можливо в умовах нормальності та стабільності, якими було визначено право на оплату відпустки.

Всесвітня туристична організація на 5-й сесії Генеральної Асамблеї в

жовтні 1983 року в Мадриді, пов'язаної з Міжнародним роком молоді, який був ініційований ООН у 1985 р., рекомендував у резолюції 142.V державам-членам СОТ: включити тему молодіжних обмінів до освітніх програм для молодого покоління [56]; розробити спільні програми для молодіжних груп, приділити увагу питанням культури, освіти та спорту, а Всесвітній день туризму присвятити молодіжному туризму. Під час наукових досліджень у сфері туризму організація рекомендувала державам-членам: розробити програми, спрямовані на молодіжні обміни, вжити культурних та освітніх заходів, а також присвятити Всесвітній день туризму молодіжному туризму.

У 1985 році на VI сесії Генеральної Асамблеї СОТ було створено два важливі документи - Хартія туризму та Туристичний кодекс [73], обидва з яких розкрили гуманітарні функції та значення туризму в сприянні мирному співіснуванню та просуванню людства. У квітні 1989 року в Гаазі (Нідерланди) відбулася Міжпарламентська конференція з туризму, до тексту якої було включено Гаазьку декларацію з туризму. Вона стала засобом міжнародної співпраці, зв'язком між людьми. Він зосереджений на концепції, згідно з якою всі уряди повинні намагатися сприяти миру та безпеці на національному, регіональному та глобальному рівнях як передумові розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. [23]. Декларація виступає за дії уряду, які фактично здійснюються щодо планування туризму в державі, це має бути частиною плану розвитку кожної країни разом з іншими важливими секторами, такими як сільське господарство, охорона здоров'я, соціальне забезпечення, освіта тощо. Правила Гаазької декларації встановлюють основні принципи щодо безпеки та захисту туристів, цих принципів повинні дотримуватися уряди кожної країни. Восьмий принцип стверджує: «Тероризм є серйозною загрозою для туризму та подорожей. Терористів слід розглядати як інших злочинців, їх слід карати та переслідувати, незалежно від терміну давності; у цьому випадку жодна країна не буде надійним притулком для терористи.

Напередодні нового тисячоліття була створена Всесвітня туристична

організація, яка 1 жовтня 1999 року на XIII Генеральній Асамблеї в Сантьяго (Чилі) прийняла Глобальний етичний кодекс туризму. Кодекс містить концепції попередніх заяв та інших важливих документів СОТ, про які вже йшлося. Однак цей кодекс характеризується новим підходом, який відображає еволюцію суспільства протягом тисячоліття.

Цей кодекс схвалено Комісією ООН зі сталого розвитку, а також Економічною та соціальною радою ООН (ЮНЕСКО). Прийнято рішення про створення Всесвітнього комітету з етики туризму. З боку учасників СОТ Кодекс надає право на туризм і дозволяє свободу туристичних подорожей. Реалізація Глобального кодексу етики туристів у світовому масштабі має велике значення.

Кілька інших важливих документів було оприлюднено під час тисячоліття СОТ. У Балійській декларації про туризм, яка була прийнята на Другому міжнародному форумі всесвітніх парламентарів у вересні 1996 року (індонезійською мовою: «...туризм може підвищити якість особистих стосунків незалежно від культурних, релігійних або етнічних відмінностей, і призначений відігравати значну роль не лише у забезпеченні взаєморозуміння та покращенні міжнародних відносин, а й у досягненні миру у всьому світі» [34]. Монреальська декларація (1996) "До гуманного та соціального підходу до туризму" також мала значний вплив [34].

У 2001 році XIV Генеральна асамблея СОТ проходила в містах Осака (Японія) і Сеул (Корея). Було прийнято два значні документи: «Осакська декларація тисячоліття» та «Сеульська декларація» про «Мир і туризм» [34]. Учасники Осакської конференції тисячоліття, яка діяла в рамках Генеральної асамблеї СОТ, висловили свою згоду з тим, що туризм повинен і може сприяти створенню більш мирного, гуманістичного, стійкого та дружнього світу. Вони включили це в прийняту ними декларацію через інтеграційну, гуманістичну місію СОТ. Вона зосереджена на місці та важливості туризму у світовій спільноті, а також на положеннях Сельської декларації щодо «Миру та туризму», яка містить «Практичні принципи сприяння миру у всьому світі

за допомогою туризму». Зокрема, у першому принципі йдеться: щоб сприяти миру на всій планеті на основі туристичної взаємодії, ми визнаємо унікальну природу та різноманітність туристичного середовища, необхідність його гармонізації та співпраці, і в зв'язку з цим ми реалізуємо ці принципи.

Заява держав-членів COT: «Ми визнаємо важливість цих принципів у просуванні миру через туризм та їх важливість у спілкуванні між культурами». Ми також визнаємо благотворний вплив мирних ініціатив на розвиток туризму як засобу досягнення та підтримки взаєморозуміння та солідарності, ми також вважаємо ці принципи практичними принципами, які забезпечують розвиток світового миру через туризм. Рішення чотирнадцятої Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації, виражені в Осакській і Сеульській деклараціях, на початку нового тисячоліття ще раз поставили на перше місце соціальну, освітню та культурну цінність туризму, а також його невід'ємну роль у розвитку туризму. розвиток співчуття та мирного мислення.

Протягом 2000-2002 років була створена спільна програма COT і ООН під назвою «Сталий туризм: ключ до подолання бідності (ST-EP)». Він спрямований на вирішення двох пов'язаних питань: сталого розвитку туризму та викорінення бідності, щоб збільшити потенційну залежність між ними та посилити їхню роль у сталому розвитку найменш розвинених країн. Програма ST-EP була офіційно визнана на Всесвітньому саміті зі сталого туризму в Йоганнесбурзі (серпень 2002 р.). Надалі цей протокол планувалося імплементувати та брати участь у кожній сесії COT. У 2004 році Світова організація торгівлі заснувала фонд ST-EP (у Кореї).

У 2002 році під час Всесвітнього саміту з екотуризму (19-22 травня 2002 року), який організували ЮНЕП і COT, була прийнята Квебекська декларація з екотуризму, цей документ містить рекомендації для національних органів влади, представників приватного сектора, не - державні організації та фінансові установи.

З 2005 року для визначення аббревіатури COT використовується термін

UNWTO.

Під час 11-ї сесії було прийнято резолюцію «Співпраця з системою ООН (з підрозділами: а) Визнано участь спеціалізованих установ у координаційних механізмах системи ООН; б) Прийняття Конвенції про привілеї та імунітети спеціалізованих установ). Крім того, в контексті сесії ХІІ проект Білої книги індустрії туризму та Проект 2010 (список із 50 індикаторів ефективності, пов'язаних з туризмом, це акти, які дозволять державам-членам СОТ та керівництву проекту оцінити результати діяльності, пов'язаної з туризмом) і документ під назвою «порада», присвячений офіційним порадам щодо подорожей, цей проект забезпечує прямий підхід до порад щодо подорожей, які мають офіційний характер.

На конференції в Лісабоні дослідження організації «Туризм: бачення 2020» виявило найімовірніші туристичні напрямки на наступне десятиліття. В даний час UNWTO є найвідомішою міжнародною організацією в індустрії подорожей і туризму в глобальному масштабі. Це форум, на якому обговорюються та пропонуються напрямки розвитку туризму у світі, що допоможе урядовцям у плануванні та підвищенні економічного значення галузі. ЮНВТО зосереджує свою увагу на країнах світу на концепції, що лише через туризм населення зможе брати участь у швидкому зростанні інших економічних секторів, гарантувати зайнятість людей, спрямовувати кошти на навколишнє середовище, пам'ятники, культуру та спорт. . Навпаки, туризм відіграє значну роль у сприянні гармонії та мирній поведінці серед жителів планети. Важливість Всесвітньої туристичної організації ООН у розробці та впровадженні міжнародних стандартів для туристичних послуг, планування та розкладу туризму, туристичної освіти та статистики є безперечною.

Поряд із самими програмами Всесвітня організація торгівлі ООН також розповсюджує періодичні видання. Конкретно. Виходять такі видання: «Yearbook of Tourism Statistics», «Compendium of Tourism Statistics», а також «Travel Abroad – Frontitr formalities» і щомісячні «WTO News» («Новини

COT»). Нещодавно були опубліковані ділові та дослідницькі збірники, які містять найновішу інформацію щодо всіх аспектів туризму, зокрема: «Звіт про розвиток туризму (тенденції та політика)», «Поточні тенденції в туризмі та подорожах» («Поточні показники подорожей»), і «економічний огляд світового туризму» («economic review of world tourism»). [21].

На додаток до Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) були створені інші організації, які займаються туризмом. Ці організації подібні за своєю природою та призначені для сприяння та регулювання туристичної діяльності різних країн. Всесвітня рада подорожей і туризму (WTC), Міжнародна всесвітня туристична асоціація (WTA), Міжнародний туристичний союз (TUI), Міжнародний туристичний альянс (AIT), Всесвітня асоціація дозвілля та відпочинку (WARA) тощо. Вони відстоюють і захищають інтереси організацій і компаній, пов'язаних з індустрією туризму. Вони визначають напрямки розвитку країни в цілому і допомагають їм у вирішенні практичних питань, пов'язаних з розвитком індустрії туризму та економічним покращенням своєї країни.

Значну роль у розвитку світового туризму відіграють регіональні міжнародні туристичні організації: Європейська комісія з туризму (ECT), що входить до складу Європейської туристичної групи (ETAG); Бюро членських організацій ЛІТ в Європейському Союзі (AIT-EU); Асоціація розвитку та координації європейських туристичних обмінів (ADSETE); Туристична асоціація Азіатсько-Тихоокеанського регіону (PATA); Туристична асоціація країн Східної Азії (БАТА); Федерація туристичних асоціацій держав-членів АСЕАН (FATA); Асоціація туристичної індустрії Америки (TIAA); Конфедерація туристичних організацій Латинської Америки (COTAL); Карибська туристична організація (СТО); Арабський туристичний союз (AUT); Панафриканська туристична організація (ПАТО); Африканська туристична асоціація (АТА); та інші організації.[21].

Метою та обов'язками регіональних міжнародних організацій, що займаються туризмом, є: представлення та захист інтересів індустрії туризму

свого регіону на міжнародному рівні; визначити тенденції та методи розвитку туризму; сприяти розвитку туризму в регіоні; продавати продукти та послуги індустрії туризму; та фінансування програм, спрямованих на розвиток туризму в регіоні.

Окремо слід визнати діяльність Міжнародної готельної асоціації (IHA), Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA) та Міжнародної організації цивільної авіації (ICAO). MGA є учасником Світової організації торгівлі з 1979 року. Головною метою цієї асоціації є захист інтересів глобальної готельної індустрії в міжнародному масштабі. Серед обов'язків МНА - створення умов для широкої співпраці між готельними компаніями; надання інформації організаціям (її членам) щодо розвитку гуманітарних ресурсів, технологій та автоматизації, охорони навколишнього середовища, маркетингу та контролю за дотриманням міжнародного права. Штаб-квартиру MGA буде перенесено до Парижа (Франція).

IATA – це асоціація авіакомпаній, яка була заснована в 1919 році в Гаазі, Нідерланди, як Міжнародна асоціація повітряного транспорту. Основною метою нової організації є визначення правил щодо безпечних, регулярних та економічно ефективних перевезень людей і вантажів повітряним транспортом, а також сприяння співпраці між усіма компаніями, які займаються міжнародними авіаперевезеннями. Організація, яка виникла після Першої світової війни, припинила свою діяльність з початком Другої світової війни. Її попередником була Міжнародна асоціація повітряного транспорту, яка була утворена в квітні 1945 року в Гавані (Куба). Ця організація виконує більшість міжнародних рейсів.

Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO) була створена відповідно до Чиказької конвенції про цивільну авіацію 1944 року і є спеціалізованою установою ООН, яка сприяє та регулює міжнародне співробітництво в усіх сферах цивільної авіації. Близько 190 держав є членами ІКАО, в тому числі Україна має юридичне право членства. Штаб-квартира знаходиться в місті Монреаль (Канада).

Питаннями регіонального туризму займається Європейська туристична організація ЕСТ, яка спеціально відповідає за туризм в Європейському Союзі (ЄС).

З метою просування туризму як потужного інструменту розвитку Всесвітня туристична організація співпрацює з ООН у 7 різних сферах: Міжнародна організація праці (МОП), Міжнародний торговий центр (МТЦ), Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Програма розвитку ООН (ПРООН), Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО), Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) і Світова організація торгівлі (СОТ). У результаті був створений Керівний комітет ООН з розвитку туризму (SCTD) [94].

Взявши досвід кожної з цих організацій, а також взаємодію між Організацією Об'єднаних Націй, Комітет надаватиме більш систематичну, ефективну та ефективну допомогу та підтримку країнам, що розвиваються. Одним із перших кроків комітету було проведення спеціальної дискусії з питань туризму на четвертій конференції ООН у найменш розвинених країнах (Стамбул, травень 2011 р.).

Як наслідок, діяльність численних міжнародних організацій, що займаються туризмом, зокрема Міжнародної туристичної агенції, ІАТА, ІСАО, має значний вплив на формування комунікаційних зв'язків між людьми на планеті. Ця діяльність сприяє пізнанню та обміну культурними досягненнями та традиціями, тому має важливе гуманістичне призначення.

2.4. Туризм як складова державної політики та міждержавного співробітництва

Міжнародний туризм має важливе значення для світової економіки. Щороку велика кількість туристів подорожує через національні кордони, що сприяє тому, щоб економічна діяльність такого типу була визнана глобальною. Усі уряди країни мають розробити стратегії щодо розвитку туризму не лише для країни в цілому, а й для окремих регіонів країни,

зокрема Європейського Союзу.

Доцільно обговорювати туристичну політику як систему економічних, правових, політичних, культурних і фінансових методів, які використовуються парламентами, урядами, державами та організаціями, які є юридично визнаними, оскільки це сприятиме розвитку індустрії туризму та ефективному використанню туристичних ресурсів.

Політика щодо туризму формується та реалізується на різних рівнях: державному, регіональному та окремих компаній. Існують специфічні чинники, які впливають на формування туристичної політики: природні умови, актуальні для туристичної політики, формуються на основі їх раціонального або інтуїтивного використання з метою розвитку туризму; враховуються транспортні умови, що стосуються доступності туристичних об'єктів; розглянуто соціальні, економічні та правові умови, що впливають на розвиток туризму.

Цілі туристичної політики залежать від конкретних економічних та історичних обставин розвитку країни та ступеня розвитку індустрії туризму. Формуючи та реалізуючи туристичну політику, держава виступає на захист інтересів суспільства в туризмі в цілому: координує, планує, регулює, продає та просуває національний туристичний продукт.

Для реалізації національної туристичної політики та співпраці для досягнення суспільно значущих цілей держава створює організації, які реалізують політику, або національні туристичні адміністрації (НТА). У сфері розробки та впровадження туристичної політики НТА взаємодіє з посадовими особами законодавчої та виконавчої влади на центральному та місцевому рівнях, з науковими організаціями, туристичними асоціаціями та іншими організаціями, які займаються науковими дослідженнями та туризмом, а також певними політичними та економічними інструментами. У реальній практиці з'явилися різні національні організації, які займаються управлінням і регулюванням туризму.

Досліджуючи роль держави в розвитку та регулюванні туризму в

різних країнах світу, Жукова виділяє три різні типи моделей участі держави в цих сферах. Перша теорія передбачає, що спеціального державного управління туризмом немає, що всі питання вирішуватиме місцева громада на основі та в дусі ринкової самоорганізації. Державні органи використовують цю модель, коли туристичні організації можуть вирішити свої проблеми без допомоги держави. Цей стиль управління поширений у Сполучених Штатах, слідуючи структурі Управління подорожей і туризму (USTTA), яке відповідало за розвиток туризму в країні. У 1997 р. ліквідовано внаслідок державного устрою [57].

Друга модель передбачає потужну, авторитетну центральну фігуру, яка регулює туристичну галузь країни, – міністерство. Для її реалізації мають бути сприятливі умови, а саме: значні фінансові інвестиції в індустрію туризму, особливо в рекламно-маркетингові заходи, інвестиції в туристичну інфраструктуру тощо. Такий стиль організації управління індустрією туризму використовується в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та інших країнах, які мають значний дохід, пов'язаний з туризмом, як основний джерело надходження до бюджету [57].

У розвинених країнах Європи використовується третій стиль участі держави в розвитку туризму. Тут питання туристичної діяльності вирішує багатогалузеве міністерство в окремому галузевому відомстві. Крім того, підрозділ міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні, виконує дві функції: вирішує або регулює загальні питання державного регулювання (розробка законодавчої бази, координація діяльності місцевих посадовців, міжнародне співробітництво в державний рівень, збір та обробка статистичної інформації тощо), а також спрямовує та регулює маркетингові зусилля (відвідування виставок та пов'язаних з ними міжнародних заходів у сфері туризму, управління туристичними офісами у своїй країні за кордоном тощо). [39]. Такий стиль участі держави в розвитку туризму є найпоширенішим у Європі.

Сьогодні міжнародний туризм в Європейському Союзі переживає

значні зміни в структурі в результаті розвитку комунікаційних технологій, ця зміна необхідна через особливий характер галузі.

Більшість країн регіону стали членами ЄС, що призвело до збільшення кількості можливостей участі іноземних інвесторів у індустрії гостинності. Зокрема, вдосконалено інформаційні технології, збільшено можливості використання міжнародної системи бронювання готельних номерів, що призвело до розширення можливостей країн Центральної та Східної Європи швидше бути частиною європейського туристичного ринку.

В рамках Європейського Союзу не створено офіційної інституції, яка б цілеспрямовано вирішувала питання, пов'язані з розвитком туризму в країнах-учасниках. Ця функція делегована вищому керівному органу Європейського Союзу - Європейській Комісії, яка спільно зі своїми структурними фондами проводить ініціативи, спрямовані на розвиток туризму в європейських країнах. Структурні фонди Європейського Союзу є найбільшим інвестором у туристичну індустрію слаборозвинутих європейських регіонів, до яких входить колектив країн Центральної та Східної Європи (ЦСЕ).

Європейські закони регулюють поведінку всіх європейських учасників і підприємців. Залежно від характеру законодавства воно може мати прямий вплив через характер зобов'язання або непрямий вплив через рекомендації чи правові тенденції. Європейська комісія не створює формальних правил, а натомість формує правові тенденції за допомогою різноманітних правових процедур. Як результат, надзвичайно важливо знати європейський законодавчий процес і різні типи законодавства, створеного Європейським Союзом, щоб зрозуміти різні правила, пов'язані з європейським туризмом.

Країни-члени Європейського Союзу ухвалили численні нормативні акти щодо туризму на різних рівнях влади. Найважливіші європейські правила щодо діяльності, пов'язаної з туризмом, мають найбільший вплив на шляху туризм регулюється в різних країнах ЄС. До них належать правила, які

мають найбільший пріоритет.

У цих державах національне туристичне управління має сильну взаємодію з місцевою владою та приватним бізнесом, це пояснюється загальною тенденцією до скорочення державних витрат і ролі центральної виконавчої влади в економічних процесах. Таким чином утворюються державно-приватні інститути, які спільно регулюють туризм. Їх метою є збір коштів від приватного сектору для реалізації державних ініціатив, а також сприяння взаємовигідним відносинам між вищими та нижчими органами управління.

Одним із методів державного регулювання туризму є ліцензування, тобто надання спеціального дозволу (ліцензії) на здійснення туристичної діяльності. Метою ліцензування є забезпечення прав і законних інтересів країни, збільшення обсягів туристичних послуг, їх гармонізація з міжнародними стандартами.

Одним із найважливіших аспектів державної туристичної політики є міжнародне регулювання культурної та природної спадщини та туризму. На міжнародному рівні питання та перспективи туризму спадщини задокументовані у відповідних документах Всесвітньої туристичної організації, яка є спеціалізованою установою ООН (UNWTO).

Як наслідок, у Манільській декларації про світовий туризм (1980 р.) (Декларація «В», параграф 10) зазначено: «Розвиток туризму, як на національному, так і на міжнародному рівнях, може мати позитивний вплив на життя нації через добре продумана та чудова презентація, яка зберігає та покращує культурну спадщину, цінності та природні, соціальні та екологічні компоненти туризму» [3].

У Гаазькій декларації з туризму (1989 р.) один із принципів (Принцип III) стверджував: «Незаймане природне, культурне та людське середовище має вирішальне значення для розвитку туризму. Крім того, значну роль може відігравати раціональне управління туризмом. в охороні та покращенні фізичного середовища та культурної спадщини, а також покращенні рівня

життя [23].

У Глобальному етичному кодексі туризму (1999) зазначено, що «... право на туризм» має кожна людина на планеті, а ресурси туризму є спільним надбанням людської раси; громади, в яких вони знаходяться, мають особливі привілеї та зобов'язання щодо них. У Кодексі зазначено, що «право на туризм» включає право на збереження культурної спадщини націй і народів світу, а також право на незаймане природне та людське середовище. Глобальний етичний кодекс туризму також містить правила щодо збереження спадщини у разі її використання, пов'язаного з туризмом, ці правила, зокрема, стосуються використання коштів для збереження, захисту, покращення та реставрації історичних об'єктів.

У цьому контексті вирішуються питання збереження спадщини від дій туристів, які часто створюють загрозу для об'єктів спадщини. Багато об'єктів зі списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО знаходяться під загрозою знищення або втрати.

Міжнародні організації виступають за захист культури, викорінення надмірно стандартизованої рослинності та ремесел, запобігання неповазі до місцевих громад і надмірній комерціалізації спадщини. Як наслідок, першочерговим питанням державного регулювання культурно-освітнього туризму є збалансування двох, здавалося б, суперечливих напрямків: збереження об'єктів спадщини та розвиток туризму. При цьому він не повинен йти на компроміс щодо жодної з двох тенденцій, а натомість просувати їх обидві.

Подібні підходи містяться в документах ЮНЕСКО. Головною перевагою цієї міжнародної організації ООН є прийняття «Конвенції про збереження всесвітньої спадщини» (Париж, 1972 р.). Відповідно до Конвенції культурна та природна спадщина світу вважається продуктом людської діяльності або створенням природи, а також окремі території, які мають універсальне значення з точки зору історії, естетики, етнології та антропології. Для виконання цих положень Конвенції при ЮНЕСКО було

створено Комітет всесвітньої спадщини, що призвело до створення Списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

ЮНЕСКО має успішне партнерство та взаємодію зі Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO). Ці організації беруть участь в окремих, довгострокових проектах, які присвячені міжрегіональному розвитку, найбільш помітним з яких є проект, який створює культурні та історичні маршрути під назвами «Шовковий шлях», «Невільничий шлях», європейські «Культурні маршрути». », і так далі [95].

Особливу увагу слід звернути на діючу програму ЮНЕСКО: «Всесвітня спадщина та сталий розвиток туризму» (WH + ST). Мета програми полягає в тому, щоб прищепити міжнародний погляд на колективні дії зацікавлених сторін, які призведуть до екологічно стійких результатів, пов'язаних із туризмом і природною спадщиною, а також використання Конвенції про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини для розробити та впровадити новий підхід до розвитку туризму в об'єктах природної та культурної спадщини.

Програма під назвою WH + ST protocol — це набір дій, спрямованих на реалізацію Конвенції та виконання плану, який описує види діяльності, які призведуть до спільної мети. Контроль за виконанням Програми покладено на Центр всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Усі ці дії та заходи будуть здійснюватися з партнерами, які беруть участь у Конвенції, зокрема, щодо приватного туризму.

Як наслідок, створення інституцій туризму та прийняття міжнародних програмних документів демонструють особливе значення туристичної політики як складової державної діяльності та міжнародного співробітництва. Планування та розвиток туристичних ініціатив, спрямованих на збереження культурних артефактів, вважаються важливими. Аналіз діяльності ЮНЕСКО та культурних ініціатив інших міжнародних організацій, їх асоціації зі Світовою організацією торгівлі ООН, прийнятих ними документів дозволяє зробити висновок, що участь у міжнародних

програмах сприятиме збереженню природної та культурної спадщини, розвитку туризму у світі.

Найбільшим завданням державного регулювання туризму є досягнення гармонійного балансу між збереженням об'єктів культурної спадщини та популяризацією туризму.

РОЗДІЛ 3. ТУРИЗМ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ: ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ

3.1. Проблеми та перспективи розвитку сталого туризму в Україні

Швидке зростання населення планети протягом 20-го століття, урбанізація, зростання доходів, освіта та політичний союз сприяли підвищенню культурного рівня, економіка послуг зараз розвиненіша за економіку, а країни більш зв'язані. Усі ці фактори сприяли збільшенню політичної влади світу, що сприяло розвитку міжнародного туризму. Зараз цей туризм потужніший за економіку в цілому. Проте безконтрольне зростання туризму призвело до серйозних проблем в екології, культурі та соціальному розвитку, які змусили людей звернути увагу на збереження природних ресурсів, історичних пам'яток та культурних цінностей. Фундаментальні принципи охорони навколишнього середовища в біосфері були офіційно оформлені в 1992 році під час конференції ООН з проблем навколишнього середовища та розвитку в Ріо-де-Жанейро. Він присвячений задокументованій програмі «Порядок денний на XXI століття» («Порядок денний 21») [60] та Декларації з навколишнього середовища та розвитку [46]. Прийняття цього документа ознаменувало початок значних інновацій у сфері туризму, зокрема було реалізовано концепцію сталого розвитку, запропоновану Всесвітньою туристичною організацією ООН (UNWTO).

Термін «сталий розвиток» був вперше введений Міжнародною комісією з навколишнього середовища та розвитку (Комісія Брундтланд) у 1987 році. Сталий розвиток стосується сьогодення, але він не заважає майбутнім поколінням задовольняти свої власні потреби. Сьогодні концепція сталого розвитку розглядається як нова парадигма соціально-економічного розвитку України, зокрема реалізуються міжнародні програми, спрямовані на запровадження сталого туризму.

Україна, яка все ще перебуває на стадії розвитку своєї індустрії туризму, все більше залучається до міжнародного ринку туристичних послуг. Має значний потенціал для зростання, зокрема завдяки унікальним

природно-рекреаційним ресурсам, якими володіє, пам'яткам історії та культури, чудовій флорі та фауні, різноманітним формам відпочинку.

В унікальній літературі, зарубіжній і вітчизняній, питання сталого розвитку туризму розглядалося лише зрідка. Дослідимо шляхи дослідження проблем, пов'язаних зі сталим туризмом у розвитку України, а також засоби та умови ефективної участі на міжнародному ринку туристичних послуг на основі концепції сталого розвитку туризму.

В Україні питання сталого розвитку обговорюється вже досить давно. Як наслідок, у 1992 році вже було зроблено значні кроки для створення нових правил розвитку країни на основі постіндустріальної економіки. У 1998 році постановою Кабінету Міністрів України було створено Національну комісію сталого розвитку України, до складу якої увійшли відомі вчені. На сьогоднішній день за їх участю сформульовано концепцію сталого розвитку в Україні, яку затвердила Верховна Рада України [51]. Науковими основами національної стратегії сталого розвитку в Україні є геополітичні, географічні, демографічні, економічні та екологічні. Для розвитку туристичної індустрії України на засадах сталого туризму також необхідні нові, інноваційні методи.

Реалізація моделі сталого туризму зумовлює необхідність структурної перебудови національної економічної системи, ефективного використання ресурсів та активної участі державних службовців у розвитку туризму. Багато науковців зосереджують увагу на рекреації та туризмі як на першорядному сучасному напрямі економічного розвитку.

Одним із методів збереження та підвищення стабільності життя людини сьогодні є використання соціальної стратегії, яка призведе до створення середовища, у якому зміни збагатять людину, сприятимуть її розвитку та приведуть до позитивного та стабільного життя. У результаті, на думку вчених, суттєво зростає значення туристично-рекреаційної діяльності як засобу виробництва та реалізації специфічних, соціально-орієнтованих товарів і послуг, що задовольняють духовні та матеріальні потреби людини.

Одним із першочергових напрямів наукових досліджень в Україні стало створення концепції сталого розвитку туризму [64]. Ідея сталого розвитку туризму – це концепція, яка описує єдиний підхід до розвитку індустрії туризму.

Зокрема, О. Литвинова вважає, що фундаментальними складовими концепції розвитку сталого туризму в Україні є методи та інструменти державного регулювання, які мають бути узгоджені з вимогами та уподобаннями сталого туризму, його потенціалом. Платформою, на якій розроблено цю концепцію, є стале виробництво туристичних продуктів, сталий спосіб життя місцевих громад і стале споживання відвідувачів. Н. Свиридова вважає, що в цій концепції мають бути враховані всі стратегічні пріоритети та цілі, пов'язані з розвитком туризму, а також важливі напрями та методи, пов'язані з поставленими цілями. Ідея має точно описувати довгострокове зобов'язання регіону щодо розвитку туризму та включати конкретні кроки, які необхідно зробити. Г. Казачковська вважає, що сталий розвиток туризму та зон відпочинку можливий за умови збереження балансу між збереженням природних ресурсів та історико-культурних цінностей, досягненням економічної вигоди, задоволенням соціальних потреб та сприянням розвитку туризму, а також створення якісного національного туристичного продукту [37].

Серед найважливіших книг, присвячених створенню сталого туризму в Україні, слід відзначити книгу Т. Ткаченко [70]. Він заглиблюється в теоретичні, методологічні та практичні аспекти розвитку туризму. Продемонстровано необхідність розгляду туризму як складної системи, яка включає соціальні, економічні та екологічні компоненти, усі з яких пов'язані зі стійкістю. Визначено сучасне розташування туризму щодо суспільного відтворення та економіки, запропоновано концептуальні основи функціонування ринку щодо менеджменту туризму та туристичного бізнесу, обговорено конкурентну поведінку в індустрії туризму. Т. Ткаченко вважає, що концепція сталого розвитку туризму містить дві істотні частини. По-

перше, щодо необхідності розміщення всіх верств населення, особливо бідних та соціально незахищених, через соціальні форми туризму. Крім того, в туризмі практично однаково враховуються економічні та соціальні потреби людини. Крім того, з огляду на відсутність достатніх ресурсів, це створює проблему для навколишнього середовища, оскільки воно не в змозі задовольнити поточні та майбутні потреби суспільства. Основним компонентом екологічних обмежень у сталому розвитку туризму є природне середовище, що оточує розвиток, а також економічні, соціальні, освітні та культурні обмеження, спричинені структурою суспільства, станом технологій, рівнем освіти та культурою. населення. [70].

Ідея сталого розвитку регіону має першочергове значення для створення системи, яка збалансує природне середовище, економічну діяльність і соціальні проблеми різних груп населення. Такий спосіб розуміння фундаментальних принципів сталого розвитку допоміг О. Личаку та Е. Вацеті розглянути шляхи регулювання антропогенного впливу на стан довкілля регіону. Враховуючи принципи сталого розвитку та масштаби його впливу, О. Личак та Е. Вацет задокументували підходи до створення цілісної регіональної системи екологічного регулювання, зокрема щодо економічних, управлінських, науково-технічних та інформаційних структур. які з ним пов'язані. Ці споруди призначені для забезпечення еколого-економічної рівноваги території. Екологічна інфраструктура, на їхню думку, є системою екологічного регулювання, що є специфічною для регіону в цьому складному аспекті.

О. Гулич вважає, що теоретичною основою для розробки сталих (екологічно збалансованих) стратегій розвитку туристичних територій і рекреаційних центрів має бути умова збереження сталості природного капіталу. Зрештою, екологічна збалансованість розвитку туристично-рекреаційних територій і центрів може бути досягнута лише за умови, що попит на господарську діяльність з використанням рекреаційно-туристичних ресурсів не перевищує пропозицію системи. Найпрактичнішим способом

реалізації концепції, за її словами, є націлювання комплексних програм на відповідні рівні: державні, регіональні (провінційні), місцеві (конкретні зони відпочинку або туристичні центри).[29].

Створення метрик для вимірювання стану навколишнього природного середовища стає все більш актуальним. Зокрема, Л. Мельник, О. Вік та О. Кубатко запропонували використовувати модернізовані функції Кобба-Дугласа для визначення навантаження на природне середовище та соціальну систему, які б визначали наслідки технологічних змін в економічній системі, відновлюваних і невідновлюваних ресурсів на виробництво валового регіонального продукту, який визначається обсягом виробництва та розподілу [47].

Т. Чугунова та А. Фененко досліджували питання сталого розвитку курортних територій, проаналізували сучасні критерії оцінки та продемонстрували показники для вимірювання ступеня природокористування курортних територій Криму.

Для розвитку сталого туризму вирішальне значення має постійна та цілеспрямована державна політика. Це популяризація та розвиток туристичної сфери, створення умов для підвищення привабливості регіонів для туристів як вітчизняних, так і зарубіжних країн, якості туристичних послуг, забезпечення їх комплексності.

Розгляд досліджень за досліджуваною тематикою показує, що авторами запропоновано декілька методів державного регулювання туризму, а саме: організаційний, економічний та соціальний. І навпаки, окремі положення щодо теоретико-методологічних засад державного регулювання туризму є дискусійними. Крім того, не було досягнуто згоди щодо основної мети державного нагляду за туризмом. Досить широке дослідження теми формування та функціонування механізму державного регулювання туризму провів О. Мельниченко [48].

Іншим підходом до дослідження є визначення основних зовнішніх і внутрішніх факторів, залучених до розвитку індустрії туризму, і оцінка того,

чи є вона стійкою. У результаті С. Цюкла задокументував первинні зовнішні та внутрішні чинники, що беруть участь у розвитку туризму (зовнішні – політичні, економічні, соціальні, демографічні, науково-технологічні фактори; внутрішні – попит, пропозиція та розподіл, зростання поширеності сегментації ринку, посилена горизонтальна інтеграція тощо). На її думку, класифікація факторів, що впливають, полегшить планування запланованої діяльності та розробку програми сталого розвитку. Побічним позитивним ефектом пріоритетного розвитку туризму в національній економіці є високий економічний прибуток, послідовна діяльність, успішне вирішення соціальних питань [74].

Для оцінки сталого розвитку на рівні країни Б. Данилишин та О. Веклич пропонують використовувати міжнародні рейтинги: індекси конкурентоспроможності, економічної свободи у світі, людського розвитку, якості життя, екологічних досягнень тощо [31].

У підсумку можна сказати, що останнім часом в Україні всіляко розглядають можливість реалізації «Стратегії сталого розвитку туризму». Зокрема, виявлено стратегічні орієнтири сталого розвитку бізнесу у сфері туризму, оцінено економічну та соціальну життєздатність технологій екотуризму для сталого розвитку індустрії туризму, підтримується географічний підхід до рекреаційно-туристичного природокористування, визначено концептуальні засади створення ринку управління рекреаційним потенціалом [68].

Однією з головних проблем переходу України до моделі сталого туризму є брак кваліфікованих кадрів [71]. Ці особи не можуть брати участь у переході через відсутність у них кваліфікованих здібностей (наприклад, професійних ступенів у сфері туризму).

Останнім часом у центрі уваги науковців знаходиться тема розвитку регіонального туризму на засадах сталого розвитку [63]. У 2008 році М. Борушак захистив кандидатську дисертацію з цієї теми. У своїх дослідженнях він задокументував новий підхід до дослідження створення

туристичних регіонів, удосконалив методи оцінки напрямків регіонального розвитку в контексті сучасної європейської інтеграції, визначив та задокументував фактори, що впливають на розвиток туризму в регіонах. розробив методичні рекомендації щодо проведення маркетингу, спрямованого на рівень задоволеності споживачів якістю курортно-оздоровчих послуг, обґрунтував наукові принципи створення крос-прикордонні туристичні регіони.

Підсумовуючи, можна сказати, що питання сталого розвитку туризму в Україні стають дедалі актуальнішими та викликають інтерес науковців, оскільки всі вони визнають поточний стан справ нестабільним. Проведені дослідження свідчать про відсутність комплексного підходу, зокрема про дискусійність оцінки стану та потенціалу розвитку туристичної галузі з урахуванням фундаментальних принципів сталого розвитку.

Майже всі вчені сходяться на думці, що для забезпечення довгострокового розвитку туризму в Україні необхідно підвищувати рівень використання потенційних ресурсів, готувати фахівців у галузі туризму, розвивати транспортну інфраструктуру, сезонність. і географічну незалежність туристів необхідно зменшити, а фінансові показники індустрії туризму необхідно підвищити. Зокрема, складні питання мають державотворчий характер.

Сьогодні існує загальна думка, що найефективнішою формою господарювання в умовах сталого розвитку галузі є кластери, до яких можуть входити підприємства транспорту, зв'язку, харчової промисловості, легкої промисловості тощо, а також інші асоційовані компанії.

3.2. Туристична політика - складова державної соціокультурної політики України

Виявлення та вирішення проблем, пов'язаних із цілісністю національного культурно-комунікаційного простору, збереження історичної пам'яті, подолання негативних стереотипів у відносинах між етнічними та

регіональними групами вважається стратегічною роллю державної політики в гуманітарній сфері. Це зумовлено формуванням української нації як політичного (громадянського) утворення та національної самосвідомості громадян України в цілому.

Останнім часом Україна все більше присвячує себе Європейському Союзу щодо соціального розвитку, зокрема щодо адаптації українського законодавства та управління державою до європейських стандартів. Важливим кроком на шляху євроінтеграції є парафування Угоди про асоціацію, яке відбулося в березні 2012 р. Ця подія відіграла значну роль у просуванні євроінтеграції в Україні [83]. 1 вересня 2017 року після тривалого процесу ратифікації Угода про асоціацію між Україною та ЄС набула чинності в повному обсязі.

Процедура європейської інтеграції призвела до суттєвих змін у тому, як держава просуває соціальні питання в Україні як на національному, так і на місцевому рівнях стосовно різних сфер суспільного існування [28]. У культурному секторі України також спостерігається розширення співпраці з ЄС, це має на меті не лише сприяти культурним обмінам і дискусіям, а й змінити спосіб управління галуззю, який передбачає визнання культурних прав і свобода людини.

Процесом реалізації цілей і завдань Європейського Союзу у сфері культури є запровадження ЄС відповідних програм. У результаті, після імплементації Маастрихтської угоди, Європейський Союз ініціював процес надання грантів у культурному секторі з використанням Європейського соціального фонду, Європейського фонду регіонального розвитку. Найпопулярнішими формами підтримки культури стали заходи, спрямовані на збереження культурної спадщини, створення мистецтва та літератури. [93].

Протягом 2007-2013 рр. Європейська комісія ініціювала програму «Культура», яка мала на меті сприяти внутрішній міграції культурних продуктів, працівників культури, налагодженню міжкультурного діалогу,

культурному різноманіттю та збільшенню культурної спадщини через державну співпрацю, зокрема з країнами-партнерами в ЄС. Метою програми було вирішення таких питань: полегшення пересування працівників культури, посилення обміну культурними продуктами між державами та сприяння діалогу між культурами. Вкрай важливо, що міжкультурний підхід до реалізації державної політики набуває все більшої популярності серед держав-членів ЄС та інших країн, які прагнуть підтримувати культурне розмаїття та сприяти гармонії в суспільстві.

З офіційним прийняттям Лісабонського договору програма «Культура» тепер охоплює ширший спектр культурних зусиль, вона включена до всього ЄС в цілому. Крім того, після прийняття Конвенції ЮНЕСКО про охорону та заохочення різноманітності форм культурного самовираження (2005 р.) програму «Культура» було розширено за рахунок інших країн, які є учасниками цієї Конвенції. Значну роль у створенні цієї програми відіграв Європейський Союз. Після прийняття у 2010 році Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження Україна також має право брати участь у цій програмі. Завдяки реалізації міжкультурної комунікації програма «Культура» сприяє взаємодії між країнами в обох регіонах (Схід-Схід) і між різними регіонами та країнами, зокрема з членами ЄС (Схід-Захід).

Участь України в програмі «Культура» збільшує можливості для дискусії та розвитку політичної співпраці з ЄС через культуру, сприяє гармонізації українського законодавства щодо культури до європейського стандарту, відкриттю кордонів. за переміщення українських культурних продуктів і робітників у сфері культури, збільшення інвестицій у сектор української культури.

У цьому плані значний вплив має сучасний туризм як форма глобальної культури, яка стала частиною культури економіки, соціальної сфери, духовної сфери. Процедури світової індустрії туризму також вплинули на розвиток туризму в Україні. Державні документи щодо туризму

визначають його як одну з основних сфер розвитку національної культури та економіки. У Манільській декларації про всесвітній туризм (1978) стверджується, що сучасний туризм пов'язаний з основним правом людини на відпочинок, однак, в ній також стверджується, що духовні компоненти повинні бути першочерговими над технічними та матеріальними компонентами в практиці туризму.

Новий погляд на роль культури в суспільному розвитку та усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі підвищує потенціал культурного туризму як форми розвитку регіону, а також його вплив на соціальну та культурну сферу. , екологія, зовнішньоекономічна діяльність та міжнародні відносини. Це тому, що сьогодні туризм став більш залежним від суспільства та культури, ніж це було раніше.

У зв'язку з цим Україна має докласти значних зусиль для досягнення ефективності туризму. Вкрай важливо визнати важливість туризму для розвитку країни, встановити пріоритети, відповідальність і показники, напр. набір інструментів, який має швидко та позитивно вплинути на суспільство в цілому та туристичну галузь зокрема.

Необхідність вивчення та розвитку сфери культурного туризму впливає з розуміння вирішальної ролі культурно-пізнавальної діяльності для людини, створення умов для задоволення її культурних потреб, вивчення історії, релігії, традицій, дотримання особливостей життя людей, загалом культури інших індивідів. Більш детальне уявлення про ці сторони людського життя можна отримати завдяки безпосередньому контакту з носіями культури, що можливо завдяки культурному туризму. Зважаючи на регіональний характер України, актуальним є дослідження впливу культурного туризму на розвиток окремих регіонів [11].

Незважаючи на перешкоди, сучасність характеризується розширенням нових тенденцій у культурному житті: відроджуються з невідомості імена видатних особистостей, культурні пам'ятки, події, історична спадщина, переосмислюються фундаменти культурних традицій. Як результат,

більшість українських регіонів зосереджено на культурному туризмі, який вважається справжньою можливістю для економічного, соціального та культурного розвитку. Знання його потенціалу як ресурсу розвитку регіону залежить від потреб суспільної практики, необхідності сприяння територіальним громадам в оптимізації участі всіх сторін у суспільстві, а також довгострокових прогнозів розвитку території. .

Теоретико-методологічні аспекти розвитку туризму в останні роки всебічно досліджуються українськими та зарубіжними фахівцями, зокрема філософами, культурологами, туристами. У своїх дослідженнях вони розглядають туризм як культурний конструкт і складову духовного зростання особистості, а також обговорюють перспективи туризму.

Аналіз опублікованої наукової літератури виявив, що окремі питання, пов'язані з розвитком регіонального туризму, неоднозначність підходів до вивчення туристичної привабливості регіону, створення стратегії розвитку туристичних комплексів ще не отримали належного розгляду. . Для формування успішної культурної політики важливо розуміти сучасний стан культурного туризму в Україні та висвітлювати особливості історико-культурних регіонів України з метою створення бренд-іміджів та маршрутів у багатьох історико-культурних напрямках.

Культурний туризм — це всесвітнє явище, яке є як гуманітарним, так і глобальним за масштабом. Зокрема, його мета – привернути увагу широкої громадськості до питань збереження культурної спадщини, етнічних культур, культурного розмаїття, проблем, пов'язаних із туризмом і культурою, а також до необхідності міжкультурного діалогу та туризму.

Діяльність багатьох міжнародних організацій присвячена концепції культурного туризму, яка виражена в проектах, зустрічах, конвенціях і деклараціях. Україна оминула тему розвитку культурного туризму. Аналіз поточного стану культурного туризму в Україні свідчить про те, що туризм наразі активний у багатьох сферах українського суспільства.

Як відомо, Україна має значні можливості для розвитку як в'їзного,

так і внутрішнього культурного туризму. Проте приблизно 70% об'єктів культурної спадщини перебувають у незадовільному стані (з кожних 10 вісім – в аварійному стані), потребують реставрації чи реконструкції, облаштування для туристів.

До цього моменту не сформульовано жодних принципів щодо належного поводження з історичними пам'ятками та культурними артефактами як туристичним напрямком. Таким чином, компоненти історико-культурної спадщини включені в сферу туристичної діяльності без систематизації, а їх пізнавальна функція мінімальна. Із 418 пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як об'єкти туризму, із 147 пам'яток історії національного значення – 98 як об'єкти туризму, а з 45 пам'яток мистецтва важливого значення – 28 представлено в туристичному об'єкті. інфраструктура [41]. Все це сприяє тому, що культурний туризм в Україні не розвивається, сьогодні ця сфера занепадає. Щоб подолати цю кризу, дослідники в галузі туризму, культури та науки повинні об'єднатися.

Україна володіє великою кількістю виняткових пам'яток культури. Проте недостатня організованість, у деяких випадках – брак знань щодо гідів, відсутність інфраструктури, пов'язаної з туризмом, все це призводить до зменшення кількості іноземних та вітчизняних мандрівників, які хочуть досліджувати культурні ландшафти України. Підтвердження наукових основ культурного туризму сприяє змінам, які є корисними. Важливо визнати, що в законодавстві досі відсутнє визначення того, які завдання мають ставитися щодо ефективного використання історико-культурних надбань країни для підвищення якості національного туристичного продукту.

Для вирішення цих питань ми вважаємо, що слід зосередити увагу на понятті історико-культурного регіону, що є суттєвим при розробці іміджів бренду та маршрутів за напрямками, оскільки території, утворені культурно-історичними об'єктами, певною мірою мають вплив на розміщення рекреаційних потоків і напрямок руху.

Процедура регіоналізації була органічною складовою суспільно-політичних та економічних перетворень на пострадянському просторі, які відбувалися не лише в умовах необхідності регіональної політики, а й у науковому осмисленні передумов і процедури створення окремих регіонів країни за історико-культурною складовою.

Ідея регіону все ще широко використовується сьогодні з багатьох причин. Процеси регіоналізації мають різні причини: економічні, політико-правові, історико-етнографічні. Без урахування всіх цих складових неможливо реалізувати комплексну політику, яка б сприяла розвитку суспільних процесів у сучасній Україні.

Унікальне геополітичне положення України, яка знаходиться на межі Великої Європи та Євразійського регіону, значні розміри території (перша в Європі) та її населення, різноманітність природних середовищ, складна історія формування сучасної незалежної держави Україна, різноманітні способи економічного розвитку в межах території сприяли формуванню країни, регіонів, які мають специфічну природу, а часто й внутрішню гармонію.

Галичина (Львівська, Івано-Франківська та частина Тернопільської області) – західна частина України історично була частиною Польщі та Австро-Угорщини, але в 1939 році вона стала частиною СРСР.

Волинь (Волинська та Рівненська області) — північно-західна частина України — раніше входила до складу Польщі, а згодом — до Російської імперії. Він повернувся до Польщі під час двох світових воєн.

Північна Буковина (Чернівецька область) – західна частина України – історично входила до складу Молдавського князівства, Османської імперії та Австро-Угорської імперії, крім того, під час світу входила до складу Румунії. війна II.

Закарпаття (Закарпатська область) знаходилось на крайньому заході України, входило до складу Угорського королівства, Австро-Угорської імперії та Чехословаччини. Регіон асоціюється з поняттям «русин», з

орієнтацією на слов'янство і традиційною вірою.

Західне Поділля (Хмельницька, Вінницька та частина Тернопільської областей) — історично входило до складу Литви, а наприкінці 18 століття увійшло до складу Польщі. На цю територію з православним походженням в першу чергу вплинула присутність Польщі та єврейської громади.

Середнє Подніпров'я (Кіровоградська та Черкаська області) - вони перейшли з Польщі до Росії протягом 17-18 ст. Один із головних, поряд з Київським і Дніпровським Поліссям, центр історичної культури України [102].

Дніпровське Полісся (Київська, Чернігівська та Житомирська області) історично входило до складу Литви та Польщі, але остаточно увійшло до складу Росії наприкінці XVII століття.

Північно-Східна Україна (Полтавська, Сумська та Харківська області) — частина Росії з середини XVII ст., цей регіон включає Слобожанщину та Гетьманщину (деякі дослідники вважають їх окремими регіонами) і взаємодіє з українською та південноросійською культурами.

Нижнє Подніпров'я (Дніпропетровське та Запорізьке уділи) – тут була Запорізька Січ, яка була частиною московського режиму та мала значний вплив на історичну долю України протягом 90-х років XX століття. Сьогодні культура регіону визнана своєю самобутністю та унікальністю [102].

Регіон Донбасу (до складу якого входять міста Донецьк і Луганськ) історично заселений Росією протягом 18-19 століть. Історично пов'язаний з Росією.

Українське Причорномор'я (Одеська, Херсонська, Миколаївська області, а також частина Закарпаття) відійшло до Росії від Османської імперії внаслідок російсько-турецьких війн XVIII ст. Це полікультурний регіон України. Українські та російські жителі країни з'явилися на більшості території протягом XVIII-XIX ст. Спільна колонізація мала значний вплив на політичний клімат регіону, який також називали Новоросією.

Крим (також відомий як Севастополь та АР Крим) є наймолодшим

регіоном з багатьма національностями та кількома релігійними віросповіданнями, він був частиною Української РСР з 1954 року до його передання Російській Федерації в 1991 році. Ця територія була колонізована протягом 18-го 19 ст., а також після Другої світової війни у зв'язку з переселенням переважно росіян із Центральної Росії. Як наслідок, він погано сполучений з іншими регіонами України. На політичний клімат у Криму негативно впливає повторна поява кримських татар, депортованих до Середньої Азії у 1945 році. Сьогодні Крим контролюється Росією [11].

Первинною складовою історико-культурних регіонів є колишня «земля», яка з часом стала асоціюватися з поняттям історичний регіон. Він описує специфічний культурний тип у зоні, який відзначається своєю унікальністю, ця культура зберігається в пам'яті індивіда як символ етнічної історії. Часто історичний регіон фіксує етапи давнього переселення чи освоєння нових земель, це, зрештою, спогад земель, відокремлених від території етнічної групи, яка є українською.

Серед найдавніших земель – Надбужжя, Холмщина, Перемишльщина, Галицька земля, Наддністрянщина, Попруття, Подеснянщина, Надросся, Надясминщина, Переяславщина, а серед земель, якими володів український народ, найвизначнішими місцями були «Задніпров'я»: Українська лінія, Нова Слобода, Нова Сербія та серед земель, які були етнічно згруповані разом.

З України до її складу визнано Кубань, Мармарщину, Берестейщину, Сновщину. Сьогодні на українській землі продовжують жити п'ять етнічних груп: гуцули, бойки, лемки та полочуки. Вони вважаються п'ятою групою за етнічним складом.

У результаті поступової еволюції етносу склалася його складна структура різноманіття, яка спочатку характеризувалася різноманіттям археологічних культур і етнічних груп, а пізніше – додалися додаткові шари різноманітності, які залучали етнос і регіон, що призвело до складна структура.

Регіональна культура також може слугувати втіленням етнічних цінностей, що репрезентує національний дух. Культура і менталітет культури козаків зумовили розвиток цих рис. Починаючи з XVI століття, до традиційного етнічного складу України додається новий потужний пласт – козацька культура та пов'язаний з нею тип національної поведінки.

Ще за часів колишнього радянського простору історико-культурну спадщину намагалися використати в туристичних маршрутах, які б представляли Україну як частину Радянського Союзу [11].

Україна є однією з найвизначніших країн Європи, має багаті природні ресурси та культурну спадщину, яка налічує століття, і те, і інше відображено в численних пам'ятках країни. Серед них найбільш значними є пам'ятки історії та культури періоду Київської Русі (IX-XII ст.) та періоду національно-визвольної боротьби українського народу в XVII ст., до останнього відносяться пам'ятки архітектури (оборонні, культурні, цивільні) різних епох і стилів; музеї, що зберігають важливі колекції мистецтва; місця, пов'язані з життям і діяльністю видатних діячів історії, культури та науки; та меморіальних комплексів.

Україна бере участь в оновленні Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні станом на 2017 рік налічує 7 найменувань, що становить приблизно 0,65% від загальної кількості об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО у світі (1073 станом на 2017 рік). (Далі наведено список місць, пов'язаних з історичним ядром Львова, а також пунктами геодезичної дуги Струве.) Є ще один список – об'єкти, які пропонуються для включення до Списку всесвітньої спадщини. Нині він охоплює 15 споруд і заповідників: комплекс Борисоглібського та Преображенського соборів у Чернігові; могила Тараса Шевченка та історико-природний музей-заповідник у Каневі; національний степовий біосферний заповідник «Асканія-Нова» в Херсонській області; культурний ландшафт Кам'янця-Подільського; дендрологічний парк «Софіївка»; кам'яна могила в Запорізькій області; комплекс стародавніх астрономічних обсерваторій у

Києві, Одесі, Миколаєві та Криму; Миколаївська астрономічна обсерваторія; історичний центр і порт Одеси; комплекс Кирило-Андріївської церкви в Києві; Пости та укріплення на генуезьких торгових шляхах із Середземного до Чорного моря; місто-фортеця Чуфут-Кале на додаток до того ж Бахчисарайського палацу кримських ханів.

З метою збереження та використання природних, рекреаційних та історико-культурних ресурсів України, особливою цінністю яких є найбільше водне джерело країни Дніпро, створено систему туристичних маршрутів [11].

Концепція розвитку туризму в Дніпровському регіоні була задумана в другій половині 70-х років. Спочатку проект мав назву «Древнерусское намисто» («Давньоруське намисто») і мав стати аналогом російського «Золотого перста». Проект «Намисто» пройшов численні маршрути княжими містами, палацово-парковими комплексами Чернігівської, Сумської, Полтавської областей та міста Києва. Українська туристична система мала переваги, яких не вистачало її прототипу – всі маршрути були закриті, що засвідчило не лише їхню більшу популярність, а й економічну ефективність. Пізніше назва була змінена на «Намисто Славутича» [52], щоб уникнути плутанини з неспорідненим поняттям. На даний час система туристичних маршрутів «Намисто Славутича» охоплює такі області України: Дніпровська (Дніпропетровська), вул.

Житомир, Запоріжжя, Київ, Кіровоград, Миколаїв, Одеса, Полтава, Суми, Херсон, Черкаси, Чернігів та Київ.

Наведено приклади окремих ініціатив, які реалізовувалися в регіонах України щодо популяризації концепції культурного туризму. У Запорізькій області протягом липня-серпня 2007 року в рамках проекту «КАНАДА-УКРАЇНА: «Регіональне управління та розвиток» було проведено дослідження історико-культурного та туристичного потенціалу регіону з метою оцінки сучасного стан та визначення потенціалу розвитку галузі. Мета дослідження: здійснити характеристику історико-культурних та туристичних ресурсів розвитку Запорізької області, виявивши першочергові проблеми

історико-культурної та туристичної індустрії та забезпечити рекомендації щодо розвитку історико-культурної та туристичної індустрії.

Окрім пропозицій щодо розвитку інфраструктури, пропонується імідж та маршрут бренду: Історичне Запоріжжя (Суть бренду – відродження історичних, культурних та господарських традицій українського козацтва.); Запоріжжя охоронне, Запоріжжя етнокультурне, Запоріжжя рекреаційне та туристичне місце. Створення іміджів бренду має починатися, по-перше, зі збереження історичних пам'яток та артефактів культурної спадщини, по-друге, із залучення до туристичної інфраструктури.

Як наслідок, активізація досліджень науково-історичної проблематики регіону, дедалі поширеніша «регіоналізація» є одним із найсуттєвіших факторів у визначенні своєрідності історико-культурні регіони України, їх самобутній вигляд з усіма етнічними групами та історичними компонентами, це сприяє виробленню специфічних підходів до дослідження, актуалізації джерельної бази, що додає наукову спільноту новою історичною інформацією.

Як відомо, етнокультурна та національна символіка репрезентує культурно-ціннісні та ідеологічні складові суспільства чи окремої його частини. Як наслідок, створення та послідовне поширення в масовій культурі специфічних культурних символів сприятиме трансляції суспільству актуальних культурних цінностей та формуванню нових світоглядних концепцій.

Використання значної рекреаційно-туристичної цінності України потребує підтримки з боку влади та місцевих органів влади, наукових досліджень, реклами та інформації щодо національного туристичного продукту, що екстернілізується. Для цього необхідна національна програма, спрямована на формування іміджів брендів, які представляють Україну в усій її історії та культурному розмаїтті. Відділ соціокультурних та етнічних досліджень Міністерства культури України розробив і запропонував ідеї, які враховували потенційну туристичну пов'язаність культурної політики

України [41].

3.3. Сфера освіти та її вплив на формування культууроутворюючого змісту туризму

Значний вплив на формування стилю життя та потреб людини має туризм. Концепція цивілізованого туризму здатна поєднати культури, традиції та освіти. Значна роль у цій важливій справі належить експертам у сфері туризму. Манільська декларація про всесвітній туризм (1980) виступає за те, що підготовка працівників туристичної індустрії має стати частиною системи вищої освіти, а включення науки про туризм у навчальні програми має вирішальне значення для освіти та виховання працівників. Важливо звернути увагу на питання навчання та навчання персоналу. Це відображено в підсумковій доповіді Всесвітньої конференції ЮНЕСКО з вищої освіти (Париж, 5-9 жовтня 1998 р.), де зазначено, що будь-яка спільнота для досягнення цілей 21-го століття повинна забезпечити свою інтелектуальну автономію, здобувати знання та застосовувати це навчання та просування відповідальних, освічених громадян та спеціалізованих осіб, без яких неможливий ні економічний, ні соціальний, ні культурний, ні політичний розвиток жодної країни.

Соціальна значущість туризму як вагової складової економіки держави зумовлює необхідність створення системи підготовки кадрів у сфері туризму. Фахівці в цій галузі повинні володіти такими професійними та людськими якостями, як енциклопедичні знання, високий професіоналізм, миролюбна поведінка, здатність долати конфліктні ситуації. Вони також повинні мати можливість прийняти людей з різною освітою, національністю, релігійною вірою тощо. Зрештою, фахівець з туризму має бути лідером у реалізації публічної дипломатії через туризм як потужний засіб об'єднання людей на основі високих гуманістичних принципів.

Сьогодні в туризмознавстві виникають питання щодо змісту навчання та набуття знань через різні форми організації та самоорганізації

рекреаційного часу. У 2001 році лікар Єврейського Єрусалимського університету рекреації та дозвілля, голова Всесвітньої асоціації відпочинку та дозвілля (WLRA) Г. Раскін запропонував ввести в науковий обіг термін Education (Education = освіта + розвага). Він задумав підходи, які дозволили б реалізувати цей метод у людській діяльності, зокрема в освітньому секторі. Основою його філософії є використання туризму та інших компонентів розваг і відпочинку як потужного засобу освітлення, що підвищить культурну та освітню цінність підростаючого покоління, а також матиме системний вплив на вільний час громадян. населення з наміром покращити характер. Цю ідею вчений запропонував у доповіді «Світові тенденції дозвілля та туризму», яка була представлена на 12-му конгресі ELRA «Культурні заходи та системи відпочинку: відчуття визнання та відчуття простору» (Амстердам, Нідерланди, 17-23 квітня 2001 р.) [88].

Високий ступінь освіти як мета прогресивного соціалізованого суспільства на додаток до активної участі туризму є ознакою нової ери соціального прогресу та економічної трансформації [81].

В умовах переходу України до ринкової економіки розвиток туризму необхідний не лише працівникам туристичних фірм та установ, а й як фахівцям інших галузей. Вони повинні володіти знаннями, необхідними для промисловості (використання комп'ютерів та інших електронних пристроїв обробки інформації, готельних послуг і охорони здоров'я) [16], вони повинні володіти двома-трьома іноземними мовами, вони повинні мати досконале розуміння автомобілів, вони повинні володіти новою інформацією про фондову біржу, і вони повинні знати дві або три мови.[35]

Під час розробки національних систем компетенцій, сумісних із європейськими, рекомендується враховувати наступні здібності, які вважаються базовими для європейського рівня: «аналіз та комбінування, організація та планування, базові загальні знання, базові професійні знання, навички письмового та усного спілкування рідною мовою, знання іншої мови, елементарні навички роботи з комп'ютером, управління інформацією

та вміння розв'язувати проблеми» [61].

Як зазначає О. Баглай, серед названих осіб є численні здібності, важливі для практичної туристичної діяльності, ці здібності спрямовані на розвиток професійної культури та покращення спілкування між фахівцями спеціальності міжнародний туризм, який є або монокультурним, або мультикультурним. . Як наслідок, безпосереднім завданням професійної освіти майбутніх спеціалістів є визначення фундаментальних концепцій того, як стати готовим до спілкування з іншими культурами відповідно до стратегічних цілей і пріоритетів освіти [12].

Актуальні аспекти питання підготовки компетентного фахівця приваблюють сучасних науковців, зокрема: В. Федорченко, Т. Дьорова, І. Мініч та ін. акцентують увагу на необхідності дослідження специфіки підготовки кадрів для туристичної галузі в Україні. Вони демонструють цінність фундаментальної туристичної освіти в Україні, обґрунтовують важливість підтримки кадрів у сфері туризму в Україні.

Важливо зазначити, що тривалий час вищі та середні навчальні заклади України не готували фахівців у сфері туризму. Як наслідок, фундаментальна туристична освіта в Україні все ще перебуває в зародковому стані. Підготовка фахівців у сфері туризму, безумовно, є важливою для національної системи освіти [13].

Основними завданнями сучасної професійної освіти в галузі туризму можна назвати: забезпечення фундаментальної наукової, професійної та практичної підготовки в галузі туризму; набуття студентами знань і вмінь щодо навчально-практичних аспектів туризму; удосконалення наукової та професійної підготовки кадрів для сфери туризму.

Подібно до інших галузей, туризм має три основні складові підготовки фахівців: знання, які є основою всіх знань; технічну здатність, що є стрижнем спеціальності; та особистісні характеристики, які є складовою особистості.

Кожна країна розвиває власну систему туристичної освіти, яка є

сучасною та поєднує в собі всі аспекти підготовки професіоналів.

До здобуття Україною незалежності галузь туризму не вважалася частиною економіки, а розглядалася переважно як практична справа. На той час існувало лише чотири навчальних заклади, які готували фахівців туристичної сфери: Київський і Сімферопольський університети, Інститут профспілкового туризму та технікум готельного господарства. За часи незалежності в Україні туристична освіта пережила унікальний розвиток. Однак важливо визнати, що для досягнення високого рівня професійного розвитку ще багато чого потрібно зробити [13].

В Україні функціонує понад 50 навчальних закладів різних форм власності, які дають професійну освіту туристичної молоді, більшість з яких загальноосвітні школи, потім спеціалізовані школи, університети та академії. Оскільки туризм популярний серед абітурієнтів, більшість сучасних навчальних закладів намагаються відкривати відповідні спеціальності.

Загалом освітня мережа в Україні з підготовки фахівців у сферах туризму відповідає міжнародним стандартам. Цьому сприяє прийнята Концепція кадрового забезпечення туристичної галузі України, яка визначає основні принципи підготовки фахівців у сфері туризму: безперервність навчання та кваліфікаційну оцінку, випереджувальний характер підготовки, одноманітність навчання. теорія і практика, формування загальнолюдських цінностей, міжнародний характер програм професійної підготовки [13].

Загалом уся система професійної підготовки фахівців туристичної діяльності в Україні має три чітко виражені рівні, що відповідають міжнародним стандартам: вищий (інституційний менеджмент), середній (технологічний менеджмент), початковий (виконавчий) [26].

Враховуючи наявність в Україні величезної кількості профільних і непрофільних вишів, які готують кадри туристичного профілю, необхідно створити єдині правила формування навчальних планів, програм та інших спеціальностей. Цей єдиний національний стандарт підготовки фахівців з туризму в Україні вже досягнутий. Він має стати основою для створення

навчального плану кожного вищого навчального закладу, який має державну ліцензію. На зміст професійної підготовки фахівців впливає ця складова галузевого державного стандарту, яка передбачає освітньо-професійні програми підготовки фахівців [49].

Дослідження навчальних планів та державних стандартів підготовки фахівців у галузі туризму дозволяє зробити висновок, що робота спеціаліста у галузі туризму не обмежується лише адміністративними обов'язками, управлінським менеджментом та економічними питаннями. Експерт з туризму повинен володіти соціальними, гуманітарними, культурними, історичними, правовими, естетичними, рекреаційними, екологічними, економічними та іншими знаннями, володіти двома-трьома іноземними мовами. Крім того, професіонали туристичної індустрії повинні мати благодійні наміри, знання психології, здатність самостійно управляти турами та надавати різні види туристичних послуг, що вимагає наявності фундаментальних знань.

Зараз понад 250 міжнародних організацій присвятили свої зусилля розвитку туризму та підготовці професіоналів. У межах своїх обов'язків були розроблені вимоги до сфери туризму та туристичної освіти, поставлені завдання у професійній сфері туристичної освіти. Співробітництву між Україною та Всесвітньою туристичною організацією сприяє діяльність керівних органів, зокрема Генеральної асамблеї, Виконавчої ради (в якості спостерігача) та Європейської регіональної комісії, а також програмних органів, зокрема робочої групи, про створення правового інструменту, який би полегшив туристичні подорожі.

Членство України у Всесвітній туристичній організації підвищило популярність і авторитет країни в туристичному співтоваристві, створило умови для подальшого розвитку національного туризму за принципами світового туристичного ринку, із залученням інформаційних технологій, прогресивних технологій, інвестиційні пропозиції, система професійної підготовки, наукові дослідження та досягнення найуспішніших країн світу.

Крім того, це призвело до створення нових можливостей для співпраці з іншими країнами.

Важливо підкреслити, що реалізація спільних проектів із залученням технічної та фінансової допомоги Програми розвитку ООН (UNWTO), Агентства США з міжнародного розвитку (TACIS), інших організацій, що займаються розвитком туризму, та інвесторів, зацікавлених у розвитку туризму в Україні (насамперед, щодо оптимізації туристичної політики, стратегії та планування, підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів, ведення туристичної статистики). Це вважаються найважливішими пріоритетами співпраці України з ООН. Міжнародна співпраця з Європейським Союзом має вирішальне значення для розвитку системи професійної підготовки туристичних кадрів в Україні.

Важливо зазначити, що професійна освіта фахівців з туризму не повинна полягати лише в набутті теоретичних знань і практичних навичок. Ідея підвищення ефективності туристичної діяльності полягає у формуванні професійної культури фахівців туризму та представників громадськості, які пов'язані з туризмом. Основними завданнями сучасної професійної освіти в галузі туризму можна назвати: забезпечення фундаментальної наукової, професійної та практичної підготовки в галузі туризму; набуття знань і вмінь відповідно до освітньо-кваліфікаційних вимог; удосконалення наукової та професійної підготовки кадрів для сфери туризму.

3.4. Архітектурний спадок як культуротворчий ресурс українського туризму

З кінця 20-го століття туризм розглядається як засіб використання вільного часу з метою особистого розвитку через творчість. Глобалізація позитивно вплинула на підвищення значення та ролі туризму в розвитку туризму, крім того, люди почали більше цікавитися культурним розмаїттям та багатством своєї країни. Знаючи історичний і культурний контекст, турист прямо чи опосередковано здійснює внутрішній акт автономії. Підвищується

усвідомлення навколишнього світу та особистого світу. Особливість туризму полягає в тому, що він не тільки підвищує обізнаність, але й надихає візуальні відчуття через отримання візуальних вражень. Кожен етап розвитку документується в історії та культурі наявністю певних пам'яток, найвизначнішою з яких є архітектура.

Історичні пам'ятки є найпопулярнішим туристичним напрямком у Європі та США. Їхні очі використовуються як зброя чи шаблони для пропаганди моралі, історії тощо. Архітектура відіграє значну роль у більшості, якщо не у всіх, видах туризму. Він відіграє особливу роль у туристичній індустрії, оскільки архітектура та міський дизайн міста визначають його як туристичний напрямок. З цієї точки зору цікаво досліджувати архітектурну спадщину міста Харкова, яке вважається одним із найбільших культурних центрів України [8].

Сьогодні історичні споруди як частина культурної спадщини є значущими джерелами туризму, вони викликають інтерес науковців та спонукають до дискусій щодо їх потенціалу використання в туристичній діяльності. На Заході автори більшості досліджень торкаються питань збереження історичних пам'яток та впливу на них туризму. Крім того, вони розглядають негативні наслідки масового туризму для історичних пам'яток та культурне значення туризму щодо естетичної, історичної, наукової, соціальної та духовної цінності.

Архітектура і туризм споконвіку пов'язані одне з одним, адже архітектура як пам'ятка завжди відігравала значну роль у туризмі. Храми, присвячені богам, театри, стадіони, Колізей та інші великі громадські споруди залучали велику кількість людей, це створювало особливу культуру і суспільство в цілому. Архітектура відображає стиль життя та дух епохи та культури, яку вона представляє. Багато європейських міст, включаючи Париж, Рим, Афіни, Венецію, Амстердам та інші, вважають, що концепція часу все ще присутня в архітектурі будівель, які були побудовані в різні епохи. З пам'ятками архітектури часто асоціюють туристичну рекламу та

еволюцію міста, з ними часто асоціюють культуру суспільства певного історичного періоду. Можна стверджувати, що архітектура є формою інформації, вона ідентифікує місто, країну [9].

Міста завжди зазнавали змін і розвитку, в результаті глобалізації швидкість їх зростання і зрештою занепаду значно зросла. Це створює загрозу для збереження пам'яток архітектури, ці пам'ятки не лише є втіленням міста, а й складають культурний контекст, який сприяє творчості. Він демонструє «альму міста» та має фундаментальні компоненти для майбутнього. Збереження культурної спадщини є вагомим механізмом для підвищення самосвідомості громади та створення креативного бізнесу. Крім того, це важливо для індустрії туризму.

Світовий дохід від туризму зростає надзвичайною швидкістю, і в 2017 році він оцінювався в понад 1 трильйон доларів (UNWTO, 2017). Уряд України ініціював довгостроковий план на 2017-2020 роки, в якому розвиток туризму визначено як один із найбільших пріоритетів для кожного регіону. Туризм є важливим і, в деяких випадках, необхідним для більшості міст і сіл. Однією з першочергових проблем у туризмі є наявність туристичних атракцій. Якщо говорити про міський туризм, архітектуру та міський дизайн, то ці сфери є першочерговими для будь-якого міста. Як наслідок, зв'язок між архітектурним середовищем і туризмом є багатограним [9].

В Україні слід враховувати європейський досвід використання архітектурної спадщини для будівництва сучасних туристичних дестинацій. Зокрема, у Німеччині охорона пам'яток архітектури стала важливою складовою міського планування, що призвело до зростання популярності міст, для яких традиційно характерним є збереження культурної спадщини (Saxinger, 2007). У Німеччині знаходиться близько 1,3 мільйона археологічних і архітектурних пам'яток. Ініціатива «Дорога замків» вважається найефективнішою моделлю архітектурної спадщини для популяризації внутрішнього та регіонального туризму. Також на 1200-кілометровому шляху від Мангейма на схід розташовані численні замки та

палаці, відкриті для огляду та розваг.

Збереження та розвиток архітектурної спадщини є життєздатним методом інтеграції туризму з місцевими традиціями. Переваги розвитку туризму на внутрішніх територіях через залучення історичних місць в архітектуру можуть бути значними; для громад це може сприяти економічному зростанню, зміцненню місцевої економіки. культурний туризм сприяє збереженню та примноженню ресурсів культурної спадщини, а також індустрії туризму. Уряди, місцеві чиновники та приватний сектор повинні приділяти більше уваги внутрішньому туризму з метою збереження архітектурної та культурної спадщини. Усе це свідчить про масштабність впливу туризму та необхідність планування його розвитку [9].

Важливо визнати, що не лише історичні пам'ятки архітектури, які історично склали основу культурно-архітектурного туризму, але й сучасна архітектура має подібну привабливість для туристів і може вважатися туристичною привабливістю міста. Розповідь про місто Дубай, яке стало популярним лише за 10 років, також є нещодавнім доказом цього. Це хороший приклад сучасного міського брендингу через його неймовірну архітектуру.

Сьогодні сучасна архітектура є звичним явищем, незважаючи на екологічний контекст, у якому вона задумана. Архітектурні споруди — це помітні, привабливі та оригінальні рекламні ознаки рекреаційних об'єктів міста, регіону, навколишнього середовища (розташування, клімат, рельєф місцевості, міські ландшафти). Згодом вони стануть символом як авторської праці, так і міста, області, країни, суспільства. Одним із прикладів впливу сучасної архітектури як на культурне середовище, так і на ширше суспільство є Сіднейський оперний театр (побудований Джоном Утзоном як архітектор), який не лише став суттєвою частиною розвитку Сіднея, а й став символом Австралії загалом.

Багато людей захоплюються сучасною архітектурою і не проти побачити ці споруди на власні очі. Для них компанія Phaidon випустила

туристичну карту світової архітектури 21 століття («Путівник по світовій архітектурі 21 століття»). Він включає в себе найбільш значні та інтригуючі споруди, побудовані після 2000 року. Ця версія містить інформацію про будівлі з усіх частин світу: з Північної та Південної Америки, з Європи та Азії, Африки, Австралії та Океанії (<https://novate.ru/блоги/101011/19007/>).

Майже кожне місто України має потенціал для проектування своєї туристичної дестинації з урахуванням наявних архітектурних ресурсів. Наприклад, розглянемо приголомшливі архітектурні досягнення Харкова, міста з передовою модерністською репутацією, наукою, освітою та торгівлею. Насправді Харкову не вистачає репутації туристичного центру, він не є частиною звичайного туристичного маршруту для відвідувачів, наприклад, з Києва, Львова, Одеси та Чернівців. Проте історія культурного ландшафту міста дозволить розв'язати цю думку та розкрити унікальну архітектурну спадщину Харкова, який до кінця не оновився як туристичний об'єкт.

Архітектурні пам'ятки в Україні різностильові: давньоруський (X – XI ст.); романський стиль (XII ст.); готика (XIII - XV ст.); Відродження (XVI - початок XVII ст.); бароко (XVII – XVIII ст.), зокрема до самобутнього українського козацького стилю; класицизм (кінець XVIII — перша половина XIX ст.), еkleктика (друга половина XIX ст.), модернізм (поч. XX ст.), конструктивізм (1920-ті - перша половина XX ст.), пост-конструктивізм (1930 - 1950). В архітектурі Харкова віддзеркалюється початок архітектури стилю бароко [9].

Петербурзька Академія мистецтв та Інститут цивільних інженерів, а також Харківський технологічний інститут присвячені архітектурі. Архітекторами школи є Б. Корнеєнко, В. Покровський, А. Гінзбург, А. Ржепішевський, Ю. Цауне, В. Естрович та інші фахівці.

Унікальна роль приписується академіку Імператорської Академії архітектури О. Бекетову (1825-1941), завдяки якому історичний вигляд Харкова багато в чому змінився. За його ініціативи зведено понад 50 споруд

у центральній частині міста. Дизайн архітектури О. Бекетова популярний і сьогодні як туристична візитна картка Харкова. Наприкінці XIX ст., крім О. Бекетова, у Харкові працювали інші відомі архітектори, учні Петербурзького інженерно-будівельного інституту – В. Немкін, М. Ловцов, В. Хрустальов [9].

У пошуках нових архітектурних стилів деякі архітектори присвятили свої зусилля традиціям місцевої архітектури, зокрема дерев'яної, що призвело до популяризації так званого українського модерну. У цьому стилі в Харкові побудовані: Школа живопису і датування архітектора К. Жукова (сучасний корпус Харківської державної академії дизайну і мистецтв); будівля Жіардинської фабрики архітектора В. Покровського (вул. Університетська, 10).

У сучасній архітектурі багатьох міст України відчутні складові стилю 20-х років, особливо у великих культурних центрах, такими містами можна вважати Київ, Львів, Харків. За експериментом першої п'ятирічки з інтересом спостерігали архітектори багатьох країн, особливо це стосується будівництва. Приділялася увага плануванню міст у Радянському Союзі, впровадженню нових типів будівель з точки зору соціальної корисності та [85].

Нові архітектурні тенденції впроваджували насамперед архітектори В. К. Троценко, П. З. Крупко, В. І. Богомолів, М. А. Зеленін, І. Г. Таранов-Білозеров, Б. П. Грицівський, С. В. Григор'єв. Конструктивістська архітектура СРСР найбільше представлена в Харкові. Найбільший успіх цього стилю отримав міжнародне визнання Держпрому (архітектори С.С. Серафимів, С.М. Кравець, М.Д. Фельгер, який народився у 1928 р., вважається символом самого міста [85].

Загалом важливо зазначити, що культура, як результат людської практичної діяльності, включаючи архітектуру, охоплює весь досвід творення, а отже, є джерелом знань і творчих ідей. Тому важливо не лише передавати знання, вміння та технології, а й відтворювати за допомогою туризму для сучасного суспільства те, що наповнювало духовну сферу

існування в конкретні історичні епохи.

Дослідження історико-архітектурних ресурсів території сприятиме повному розумінню туристичного потенціалу регіону, що буде відображено на карті туристично-рекреаційних територій. Спільне активне управління історико-культурною спадщиною, архітектурними колекціями, об'єктами з культурною чи історичною значущістю тощо, може бути найбільш значущою складовою у створенні архітектурного середовища для здійснення сталої туристичної діяльності.

Вивчення європейського досвіду у сфері архітектури як засобу розвитку туризму свідчить про його значний вплив. Архітектура відіграє значну роль у більшості, якщо не у всіх, видах туризму. Архітектурна спадщина Києва, Львова, Харкова, який є одним із найбільших культурних центрів України, свідчить про те, що архітектура міста складається з багатьох стилів, першим із яких є стиль бароко. Безперечним є безпосередній зв'язок основних етапів розвитку міста з архітектурою, що демонструє особливості кожного з цих періодів. Особливе значення з точки зору міжнародного туризму мають пам'ятки конструктивізму, які представлені в архітектурному ансамблі міста. [9].

Визнані пам'ятки архітектури Києва, Львова, Харкова можуть слугувати символом успішного ребрендингу території, що в поєднанні з культурними практиками, пов'язаними з туризмом, призведе до розробки нових стратегій розвитку території. Крім того, сучасна архітектура також популярна серед туристів і перетворює місто на туристичний напрямок.

ВИСНОВКИ

1. Встановлено, що архітектура відіграє ключову роль у більшості видів туризму. Аналіз європейського досвіду використання архітектури як засобу культурного натхнення для розвитку туризму демонструє її значний потенціал для формування туристичних привабливостей і підвищення культурної цінності регіонів.

2. Підкреслено, що особистість індивіда та колектив спільноти є важливими компонентами соціальної системи «особистість – суспільство – культура». Сучасні дослідження туристичної ідентичності вказують на те, що туризм відіграє визначну роль у формуванні соціальної та культурної самосвідомості громадян.

3. Виявлено, що одним із стратегічних завдань державної політики в гуманітарній сфері є формування цілісного національного культурно-комунікаційного простору, спільної історичної пам'яті та національної ідентичності. Туризм як культурна практика має значний вплив на економіку, соціальну сферу та духовний розвиток суспільства, що закріплено в законодавстві України про туризм.

4. Проаналізовано історію розвитку туризму в колишньому радянському просторі, де формувалася специфічна науково-дослідна традиція, спрямована на розвиток туризму та відображення його ідеологічних аспектів. Туризм 20–40-х років XX ст. розглядався як інструмент культурної революції, спрямований на підвищення політичного та культурного рівня населення, розвиток військової підготовки та активізацію учасників соціалістичного руху. Пізніші економічні реформи та структурні зміни кінця 1980-х років призвели до розширення туристичного ринку та формування сучасного розуміння професії туристичного працівника.

5. Досліджено культурні трансформації у пострадянських країнах, що супроводжувалися виникненням нових соціально-культурних явищ, таких як шоп-туризм та тимчасова міграція з туристичною метою. Туристичний шопінг став базисом розвитку сучасної туристичної індустрії у регіонах СНД,

вплинув на зміну світогляду громадян і стимулював розвиток малого та середнього бізнесу.

6. Встановлено, що соціальна цінність туризму як складової економіки та суспільного розвитку зумовлює необхідність створення системи професійної підготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму. Міжнародні контакти та їх активізація визначають пріоритети внутрішніх стратегій. Професійна освіта фахівців з туризму повинна сприяти формуванню високої професійної культури та підвищенню ефективності туристичної діяльності, а не обмежуватися лише здобуттям теоретичних знань і практичних навичок.

7. На основі історико-фактологічного аналізу визначено ключові етапи розвитку сучасного туризму та його взаємозв'язок з еволюцією культури. Туризм розглядається як форма культури, інструмент формування міжнародних культурних зв'язків та співпраці в фізичній і психічній сферах діяльності людини, а також як фактор розвитку системи культурних цінностей, знань і поведінки. Особливу увагу підкреслено на зростаючому значенні туризму, зокрема внутрішнього, у міжнародному співробітництві (ВТО, ЮНЕСКО).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 21–27.
2. Багров Н. В. Регіональна геополітика стійкого розвитку. Київ : Либідь, 2002. 253 с.
3. Белькова С. В. Тенденції розвитку жанру подорожнього нарису в регіональній пресі (на прикладі друкованих ЗМІ м. Запоріжжя). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2011. Вип. 1. С. 37-40.
4. Беленький П. Ю., Мікула Н. А., Матвеев Є. Е. Конкуренційність на транскордонних ринках. Львів : Ін-т регіон. дослідж. НАН України, 2005. 214 с.
5. Блага Н. Н. Географічні відмінності та шляхи оптимізації використання рекреаційно-ресурсного потенціалу гірничо-приморських територій Криму. Сімферополь, 2000. 146 с.
6. Світлична В. Ю., Александрова С.А. Економіка туризму : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 167 с.
7. Богуцький Ю. П., Андрущенко В. П., Безвершук Ж. О. Українська культура в європейському контексті. Київ : Знання, 2007. 679 с.
8. Божко Л. Д. Архитектура як соціально-культурний ресурс туризму. *Культура України. Серія: Культурологія* 2014. № 4. С. 66-71.
9. Божко Л. Д. Архітектурний спадок як культуротворчий ресурс українського туризму. *Культура України. Серія: Культурологія* : зб. наук. пр. / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2018. Вип. 60. С. 195-207
10. Божко Л. Д. Вплив туризму на формування ідентичності в умовах глобалізації. Філософія та цінності сучасної культури: матеріали Міжнар. наук. конф., Мінськ, 10-11 жовт. 2013 р. Мінськ, 2014. С. 517-520.
11. 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.

12. Божко Л. Д. Культурологічна освіта в контексті соціально-економічного розвитку суспільства. *Економіка, наука, освіта: інтеграція та синергія* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Братислава, 18-21 січ. 2016 р.) : у 3 т. Київ, 2016. Т. 3. С. 11-12
13. Божко Л. Д. Культуротворчі змісти туризму в освіті. *Культура України* : зб. наук. пр. Харків. держ. акад. культури. Харків, 2015. Вип. 48. С. 97-106.
14. Божко Л. Д. Основи туризмознавства : навч.-метод. матеріали для студентів 1 курсу спец. «Менеджмент соціокультур. діяльності» спеціалізації «Менеджмент міжнар. туризму». Харків, 2010. 33 с.
15. Божко Л. Д. Особливості міжкультурних комунікацій у туризмі // Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань : матеріали міжнар. наук. конф., 26-27 лют. 2009 р. : у 2 ч. М-во культури і туризму України, Харків. держ. акад. культури, Акад. мистецтв України, Ін-т культурології. Харків, 2009. Ч. 1. С. 120-122.
16. Божко Л. Д. Технології організації туроператорської та турагентської діяльності : навч.-метод. матеріали для студентів спец. «Менеджмент соціокультур. діяльності» спеціалізації «Менеджмент міжнар. туризму». Харків : ХДАК, 2012. 36 с
17. Божко Л. Д. Травелог у просторі нових медіа-комунікацій // Міжнародний вісник : Культурологія. Філологія. Музикознавство : зб. наук. пр. / Нац. акад. кер. кадрів культури і мистецтв. Київ, 2018. Вип. 1(10). С. 14-20.
18. Божко Л. Д. Трансформаційні зміни наукової проблематики з досліджень туризму в СРСР в період 60-80-х років ХХ ст. *Вісник Харківської державної академії культури* : зб. наук. пр. Харків, 2013. Вип. 41. С. 16-23.
19. Божко Л. Д. Туризм та проблеми ідентичності. Wai'tosa i idee a Polityka pod red. Katarzyny M. Swynar. Rzeszow, 2016. С. 135-145.
20. Божко Л. Д. Туризм та культурні трансформації в суспільстві на пострадянському просторі. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини* : зб. наук. пр. Львів, 2014. Вип. 34. С. 12-20.

21. Божко Л. Д. Туризм як соціокультурний феномен : історія і сучасність Середина XIX — початок XXI ст.) : монографія. Харків. держ. акад. культури. Харків : Лідер, 2017. 344 с.
22. Божук Т. Методичні аспекти визначення оцінки сакральних об'єктів для потреб туризму // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 5. URL: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vldi/2008_3/pdf/Boguk.pdf.
23. Гаагская 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.
24. Генсирук С. А., Нижник М. С., Возняк Р. Р. Рекреационное использование лесов. Киев : Наук. думка, 1987. 248 с.
25. Географія туризму: підручник. за ред.Ковальська Л.В., Пархоменко О.Г. Івано-Франківськ : НАШЗ, 2025. 210 с.
26. Герасименко В. Г. Трансформація міжнародного туризму та її відображення у процесі підготовки кадрів .Регіональна збірка наукових праць з економіки. Донецьк, 1999. Вип. 1. С. 114-120.
27. Гирц К. Г Інтерпретація культур: пров. з англ., 2004. 560 с.
28. Гриценко О. А. Культура і влада: теорія і практика культурної політики в сучасному світі. Київ : УЦКД, 2000. 228 с.
29. Гулич О. І., Гринів Л. С., Герасимчук Н. М. Методика формування стратегій сталого розвитку курортно-рекреаційних територій і туристичних центрів. НАН України, Ін-т регіон. дослідж. Львів, 2007. 48 с.
30. Данилишин Б. М., Хвесик М. А., Голян В. А. Економіка природокористування : підручник. Київ : Кондор, 2009. 465 с.
31. Данилишин Б., Веклич О. Україна у міжнародних рейтингах сталого розвитку // Економіка України. 2008. № 7. С. 13-23.
32. Дворніченко В. В. Туризм та екскурсія в період перших п'ятирічок розвитку народного господарства. Київ :, 1985.
33. Документ Акапулько. Мадрид, 1982.

34. Жарков Г. Н. Нормативно-правове забезпечення міжнародного туризму. навчальний посібник. Київ : Кондор, 2004. 486 с.
35. Інформаційне суспільство у соціально-філософській ретроспективі та перспективі : монографія. В. В. Лях та ін. Київ : ХХІ століття: діалог культур, 2009. 404 с.
36. Історія екскурсійної діяльності в Україні : навч. посіб. / Федорченко В. К. та ін. Київ : Кондор, 2004. 166 с.
37. Казачковська Г. В. Можливості сталого розвитку туризму та курортів в Україні // Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою : матеріали доп. II наук.-практ. конф. Бердянськ, 2006. С. 126-137
38. Кіптенко В. К., Глазунова Т. В. Інформаційне забезпечення туризму: роль соціальних медіа // Географія та туризм : наук. зб. Київ, 2011. Вип. 15. С. 22-28.
39. Кравчук І. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини* : зб. наук. пр. Львів, 2008. Вип. 24. С. 134-141.
40. Крачило М. П. Краєзнавство і туризм. Київ : Вища шк., 1984. 191 с.
41. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. URL: // http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm.
42. Тучковська І.І. Особливості організації анімаційної діяльності в індустрії гостинності. Підприємство і торгівля. 2018. Вип 23. С. 155- 159.
43. Любіцева О. О. Геопросторові структури світового туристичного ринку. Географія і сучасність. 2001. Вип. 6. С. 212-218.
44. Любіцева О. О. Стан геокультурних досліджень в Україні./ *Вісник Київського університету. Серія: Географія*. Київ, 1999. Вип. 45. С. 16-18.
45. Манильська декларація за світового туризму : прийнято Світ. конф. з туризму, що проходила в Манілі (Філіпіни) з 27 вер. по 10 ОКТ. 1980 р. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні / за ред. В. К. Федорченка. Київ, 2002. С. 53-57.

46. Матеріали конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку. Повістка дня на XXI ст. Ріо-де-Жанейро, 3-14 червня, 1992. URL: <http://www.un.org/russian/wssd/agenda21/index.htm/>.
47. Мельник Л. Г., Вік О., Кубатко О. В. Динамічне моделювання системи еколого-економічних показників для обґрунтування сталого розвитку територій // Механізм регулювання економіки. 2009. № 4. С. 245-249.
48. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. *Державне будівництво*. 2010. № 2. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko_o2.htm.
49. Михайліченко Г. І. Фахове забезпечення галузевих стандартів вищої освіти з напрямів «Менеджмент», «Туризм» . *Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи : зб. наук. пр.* Київ, 2007. С. 199-206.
50. Мікула Н. Міжрегіональне та транскордонне співробітництво : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2004. 395 с.
51. Національна парадигма сталого розвитку України. за заг. ред. Б. Є. Патона. Київ : Ін-т економіки природокористування та сталого розвитку НАН України, 2012. 72 с.
52. Національна система туристсько-екскурсійних маршрутів «Намисто Славутича». Київ, 1997
53. Ніколаєнко Д. В., Ніколаєнко Т. В. Історія розвитку та регіональні особливості світового туризму. URL: http://politology.vuzlib.net/book_0292.html.
54. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія / за ред. А. Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.
55. Пазенок В. С. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму. Київ, 2008. 830 с.
56. Пазенок В. С., Федорченко В. К. Філософія туризму : навч. посіб. / Київ. ун-т туризму, економіки і права. Київ : Кондор, 2004. 268 с.
57. Світлична В. Ю, Александрова С.А. Економіка туризму : підручник .

Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. . 167 с.

58. Пацюк В. С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Серія: Географія. 2008. № 15. С. 82-85.

59. Почепцов Г. Теорія комунікації. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/pocheptsov_teorija_communic.pdf.

60. Програма дій «Порядок денний на XXI століття» : пер. з англ. Київ : Інтелсфера, 2000. 359 с.

61. Рекомендації методологічного семінару // Реалізація європейського досвіду компетентнісного підходу у вищій школі України : матеріали методол. семінару. Київ, 2009. С. 346-351.

62. Савчук А. В. Міська архітектура як складова рекреаційної привабливості міста (на прикладі м. Кривий Ріг). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/savchuk.htm.

63. Самко О. О., Бутко М. П. Генезис економічної теорії та методологічні підходи до оцінки туристичного потенціалу регіону // Економіка та держава. 2009. № 6. С. 33-38.

64. Свірідова Н. Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах. Культура народів Причорномор'я. 2009. № 176. С. 166-168.

65. Слободенюк Е. В. Гуманізація: філософські засади розвитку міжнародного туристичного співробітництва в умовах глобалізації // Наукові записки КІТЕП. Київ, 2002. Вип. 2. С. 41-57.

66. Смаль В. В. Туризм виробничої спадщини як продукт постіндустріальних трансформацій // Географія та туризм : наук. зб. Київ, 2010. Вип. 9. С. 27-33.

67. Сміт Е. Нації та націоналізм у глобальну епоху / пер. з англ. М. Климчука, Т. Цимбала. Київ : Ніка-Центр, 2006. 320 с.

68. Стеченко Д. М. Передумови і напрямки формування туристичного ринку України. *Туризм: теорія і практика*. 2005. № 1. С. 5-11

69. Стратегія сталого розвитку туризму в Україні: географічний підхід / Я.

- Б. Олійникта ін. *Географія в інформаційному суспільстві* : зб. наук. пр. Київ : Обрії, 2008. Т. 1. С. 191-199.
70. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Вид. 2-е, перероб. та допов. Київ, 2009. 463 с.
71. Ткаченко Т. І. Стандартизація освітніх послуг як фактор сталого розвитку туризму// Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Економіка. 2002. Т. 15(54), № 1. С. 128-137.
72. Тютюнник Ю. Г. Індустріальна спадщина Андрушівського району Житомирської області (за матеріалами польових досліджень) // Праці центру пам'яткознавства. Київ, 2009. Вип. 14. С. 247-272.
73. Хартія туризму : від 1 січ. 1985 р. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_640.
74. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії . Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. 2009. Т. 22, № 2. С. 373-380.
75. Beto T., Ward C. Innocence abroad: pocket guide to phychological research on tourism // American Phychologist. 2005. Vol. 60, N 6. P. 593-600.
76. Почепцов Г. Теорія комунікації. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/pocheptsov_teorija_communic.pdf.(дата звернення : 03.11.2024).
77. Шейко В. М., Александрова М. Культура та цивілізація в історико-культурній думці України в добу глобалізації : монографія. Ін-т культурології Акад. мистецтв України. Київ : Ін-т культурології Акад. мистецтв України, 2009. 311 с.
78. Appadurai A. Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization. Vinnesota : Uniyersity of Minneapolis Press, 1996. P. 37.
79. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge : Polity, 2000.
80. Cairncross F. The Death of Distance. London : Orion, 1997.
81. Cohen E. Phenomenology of tourist experiences // The Journal of British Sociological Association. 1979. N 13. P. 179-201.

82. Dann G., Nash D., Pearce P. Methodology in Tourism Research // Annals of Tourism Research. 1988. N 15. P. 1-28.
83. European Union and Ukrainian Negotiators initial Association Agreement, including Deep and Comprehensive Free Trade Area, Brussels, 30 March 2012. URL: <http://europa.eu/rapid/searchAction.do>.
84. Finney B. A new kind of sugar: tourism in the Pacific / ed. by B. Finney, K. A. Watson. Honolulu, Hawai'I : East-West Center. 1979. P. 469-471.
85. Gossling S. Global environmental consequences of tourism / S. Gossling // Global Environmental Change. 2002. N 12. P. 283 302.
86. Harvey P. Hybrids of Modernity. London : Routledge, 1996.
87. Krippendorf J. Die oekonomische Dimension - Der Stellenwert des Tourismus in der Wirtschaft // Phaenomen des Reisens. Heft 19. Der Berner Studien zum Fremdenverkehr. Bern, 1982. C. 27-29.
88. Leisure Education Towards the 21s' / Ruskin H., Sivan A. (eds.). Century. Provo, Utah : BYU, 1995. P. 2-12.
89. MacCannell D. The Tourist : A New Theory of the Leisure Class. New York : Schocken, 1988. 277 p.
90. Redefining the Contagion Effect : The Political Economy of the Suitcase trade Between Turkey and Russia. IREX, 2002-2003. URL: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17440572.2012.674185?mobileUi=0&journalCode=fglc20#.VMal-Kuz_KE.
91. Robertson R. Globalization : Time-Space and Homogeneity Heterogeneity // Global Modernities. London, 1995. P. 24-44.
92. Tomlinson J. Globalization and culture. Cambridge : Polity Press, 2004. 237 p.
93. Treaty of Maastricht. URL: http://europa.eu/scadplus/treaties/maastricht_en.htm#INSTITUTIONS.
94. UNWTO Annual Report 2011. URL: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/annual_report_2011.pdf.
95. UNWTO Silk road action plan // The World Tourism Organization. URL:

[http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/jdunwtosilkroadactionplan august2013final1.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/jdunwtosilkroadactionplan%20august2013final1.pdf).

96. Urry J. *Consuming Places*. London : Routledge, 1995.