

Ю.В. Рябуха

ХРЕСТ ВИКТОРИИ: З ІСТОРІЇ НАГОРОДИ

Стаття присвячена вищій британській нагороді одержуваної за доблесть на полі бою. Висвітлено причини виникнення нагороди, історія її розвитку та наведено приклади нагороджень.

Ключові слова: фалеристика, Великобританія, Хрест Вікторії

Y.V. Ruabukha

VICTORIA CROSS: HISTORY AWARDS

Article is devoted to the highest British award received for valor on the battlefield. Studied the causes of awards, the history of its development and examples of awards.

Key words: faleristics, United Kingdom, Victoria Cross

УДК 379.85

Ю. С. Сабадаш, О. С. Гавенко

ЕТНОКУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В статті розглядаються проблеми та перспективи розвитку одного з найпопулярніших напрямків сучасного туризму – етнотуризм. Зазначається, що важливою проблемою етнотуризму є проблема підвищення екскурсійної привабливості країн та регіонів. Охарактеризовані два основні напрями етнічного туризму, перший, це – традиційний, він пропонує знайомство з культурою й побутом народів, що проживали раніше, а другий – ностальгічний, його особливістю є бажання людини побувати на батьківщині своїх предків й довідатися про історію та культуру тих місць. Наголошено, що на часі пошук та впровадження нових моделей та інструментів взаємодії багатьох складових процесу етнокультурного туризму.

Ключові слова: культурний туризм, етнотуризм, рекреаційні ресурси, ресурсний потенціал, екозахисний ракурс.

Проблема раціонального використання культурного потенціалу туристичних ресурсів завжди була актуальною, адже туристично-привабливо країна чи регіон вважається лише тоді, коли має наявний потенціал: історично-культурний, археологічний, архітектурний, туристичний, рекреаційний або ін. ресурси. Одним з найпопулярніших напрямків сучасного туризму є етнотуризм. Він робить головний акцент на історії народу, його побуту, культурних традиціях, мовних особливостях певних територій, творах фольклору. Проблема етнотуризму мало розроблена в сучасній українській культурології, сьогодні в Україні цей напрямок вивчають І. Бочан, В. Великочий, В. Віткалов, А. Гаврилюк, Л. Давиденко, В. Клапчук, І. Кулаковська, Л. Мухіна, В. Попов, В. Серебрій, В. Федорченко, В. Шикеринець, а також організації, наприклад, на базі Львівського інституту економіки і туризму останні два роки проводиться Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток українського етнотуризму: проблема та перспективи» (м. Львів, 2-3 березня 2011 р.; м. Львів, 25-26 квітня 2012 р.).

Важливою проблемою етнотуризму є проблема підвищення екскурсійної привабливості країн та регіонів. Розкриття саме цього аспекту і є основною метою статті.

Нагадаємо, що є два головні напрями етнічного туризму, перший, це – традиційний, цей вид туризму пропонує нам, по-перше, знайомство з культурою й побутом народів, що проживали раніше. Зробити це можна через відвідування етнографічних музеїв, у багатьох з яких створені реконструкції життя й побуту далеких предків. Зараз великий інтерес у

туристів країни викликає практичний традиційний туризм, який виражається в прагненні довідатися особливості культури, побуту, народні промисли як би зсередини. У маленьких сільцях і в історичних центрах відтворюються цілі садиби зі стародавнім укладом життя, де можна не тільки ознайомитися з тогочасними ремеслами, але й спробувати зробити щось своїми руками; не тільки подивитися, що їли і як спали наші предки, але й пожити певний час їхнім життям. Крім традиційного, існує етнотуризм ностальгичний. Його особливістю є бажання людини побувати на прабатьківщині й довідатися історію тих місць, звідки були родом її предки. Цей вид туризму розповсюджений у тих країнах, звідки в різні часи й з різних приводів виїжджали, переселялися, були депортовані або насильно вивезені групи людей, а іноді й цілі народи. Величезна кількість переселенців з країн Європи в Сполучені Штати Америки в XIX ст., а з Радянської Росії в Європу й США в XX ст. породило тепер не меншу хвилю туристів, яких сповнює ностальгія за історичною батьківщиною. Наприклад, американські італійці мріють про свою історичну Батьківщину, або канадські українці прагнуть приїхати в країну, вихідцями з якої вони по праву себе вважають, щоб ближче пізнати материзну своїх предків.

Подорож завжди була невід'ємною частиною життя людини, починаючи з тих часів, коли у свої мандрівки вирушав Одиссей, а нащадки благородних римлян подорожували до грецьких міст, аби відчути велич грецької культури. Та завжди подорож була привілеєм нечисленних заможних осіб, які навіть своє майбутнє будували саме на основі того досвіду та тих знань, які вони здобували під час подорожування. До них відносились політики, митці, поети, художники та ін. На думку відразу ж спадають подорожі великого англійського поета Джорджа Байрона, який у своїх творах ділиться враженнями від побаченого, від того, що йому довелося пережити та чому довелося навчитися у країнах, в яких він побував. Подорожі дійсно стали натхненням для великого англійця, шлях мандрів героя поеми «Паломництво Чайльд-Гарольда», яка прославила ім'я Байрона, не випадково збігається з маршрутом подорожі автора: Португалія, Іспанія, Мальта, Албанія, Греція.

Показово, що за останні 10 років культурна подорож повернула собі свою важливість і популярність у новому туристичному сценарії, оскільки спостерігається відродження інтересу до культурно-пізнавального компоненту мандрівок. Коли мова йде про культуру, мається на увазі не тільки загальне поняття мистецтва, або фольклор у чистому виді, а саме комплекс широкого спектру цінностей, які притаманні тій чи іншій території, чи скоріше сукупності територій, що створюють оригінальне неповторне культурне явище. Ця оновлена ідея повертає собі значення подорожі, метою якої є сама культура та її просування. Цей постулат не є новим чи то маловідомим, але в умовах теперішньої багатовимірної глобалізації набуває оновленого змісту і значення. Зокрема, неймовірні комунікативні, інформаційні і транспортні можливості, досягнутими людством на початку III-го тисячоліття, не просто повертають популярність ідеї подорожування, але й роблять його надзвичайно престижним та інтелектуально наповненим видом відпочинку та духовно-культурного збагачення. При цьому, культура може позначати різні поняття: по-перше, культура – це сукупність знань, якими володіє людина у різних галузях життєдіяльності. Це елітарне поняття в контексті нашого розгляду проблеми, пов'язане з елітним культурним туризмом, де слід вміти обирати, адекватно діяти та висловлювати інтерес. В іншому підході, говорячи про культуру, посилаються на сукупність духовних, ідеологічних та художніх цінностей, на комплекс творів, присвячених цим цінностям, які позначають історичну епоху або певне середовище, пов'язуючи такі культуротворчі набуток з масовим мистецтвознавчим туризмом. Можливість посилатися на обидва компонента розглядається як центральний момент у загальній політиці туризму, у відповідному проектуванні та плануванні у рамках нової культурної моделі створення туристичних маршрутів.

Поява культурного туризму також вказує на прогресивне зростання туризму як масового прояву, який набув масштабності та характерних рис у XX ст. Зараз говорять про

індустрію дозвілля, завдяки чому туризм є чимось постійним, явищем, яке демонструє свою здатність зустріти та подолати навіть певні кризові періоди і яке постійно розвивається, бо користується попитом у будь-яку пору року, до того ж підтримується державними періодичними службами.

В більш конкретному сенсі проектування маршруту – це комплексна дія, яка передбачає системний підхід з боку тих, хто займається туризмом на рівні державної адміністрації та у приватних туристичних агенціях. Сама присутність культурного елементу серед рушійних чинників здійснення подорожі може викликати подвійне сприйняття, оскільки значна частина мандрівників прагне до відкриттів, збагачення власного когнітивно-естетичного досвіду, в той час, коли інша частина розглядає культурний компонент радше як додатковий, позаяк вирушає у подорож здебільшого заради можливості відпочинку. Характерною ознакою покращення органічно-сервісного підходу до надання транскордонних послуг є максимальне спрощення документально-видових вимог і операцій. У минулому, як було сказано раніше, існувала лише вузьке визначення культурного туризму, що обмежувався тільки поодинокими туристами-експертами, які мали соціально-економічні переваги та певні фахові зацікавлення (високий рівень достатку, вища освіта, творчі задуми й пошуки та ін.). Сьогодні без перебільшення можна стверджувати, що будь-яка адекватна людина може здійснити індивідуальну поїздку в будь-яку цивілізовану країну з будь-якою морально виправданою метою.

Проте, збільшення туристичних потоків потребувало і потребує певних статистичних даних та аналітичного їх дослідження для вдосконалення планування та регулювання завантаженості тих чи інших територій та маршрутів. Це важливо і для популяризації найбільш цінних об'єктів та явищ з позицій культурологічної доцільності. Стають важливими узагальнення та диференціація сподівань і мотивацій, підходів та оцінок самих суб'єктів туристського руху й попиту, бо вони справляють суттєвий вплив на інших потенційних подорожувальників, що своєю чергою впливає на формування потоків різних видів туристів культурного спрямування. В цьому плані Г. Річардс [7, С. 33–34] розрізняє культурного туриста з особливою метою та культурного туриста з загальною метою. До першого виду він відносить тих туристів, для яких культурні місця та пам'ятки представляють головну мету поїздки. Мова йде про туристів з більш високим рівнем освіти та достатку. Навіть якщо головним предметом зацікавлення є культура, вони також додають до цієї мети елементи розваги. Ця група, на думку Річардса, складає лише 10% від загальної кількості туристів, але є дуже важливою, оскільки визначає культурні тенденції, яким потім відає перевагу інша, більш чисельна частина культурних туристів з загальною метою.

Для культурних туристів з загальною метою культурні пам'ятки складають лише один із компонентів поїздки, який своєю чергою підпорядкований іншим видам діяльності, пов'язаним з відпочинком та розвагами (шопінг, пляжі та ін.).

Інша класифікація, запропонована Г. Байвотер [8, С. 37], розділяє культурно мотивованих, культурно натхненних та культурно зацікавлених туристів. До першого виду можна віднести туристів, для яких культура є головною мотивацією подорожі. Вони складають 5% від загальної кількості туристів. Другий тип складають туристи, які відчувають бажання відвідати певне місце (наприклад, Собор Св. Петра у Римі, Вестмінстерське Абатство у Лондоні) або окремих захід (наприклад, Венеціанський карнавал). На долю таких цілеспрямованих шанувальників світового значення об'єктів припадає майже третина від загальної кількості туристів. До третього виду відносять туристів, які під час подорожі відвідують музей, виставку або якусь споруду з іншою метою. Це майже 60% туристів.

Для того, аби місце вважалось культурно привабливим, важливо враховувати декілька чинників, серед яких треба розділяти первинні та вторинні елементи. Первинні елементи, які складають серцевину культурного туристичного продукту, – це історичні споруди, квартали,

музеї, монументи, події, театри та ін. Вторинними елементами, які доповнюють досвід туриста, вважаються ресторани, магазини, ринки, бари, паби та ін. Отже, наявність самого культурного ресурсу ще не є запорукою того, що це місце гарантовано стане привабливим для туристів.

Досвід і практика туристичної справи свідчить, що для належного успіху необхідне вдале поєднання первинних та вторинних чинників і саме це ми можемо бачити на прикладі таких міст, як Лондон, Рим, Париж та Нью-Йорк. Одним із важливих компонентів успіху цих всесвітньо відомих і заповітних для туристів міст є саме велика кількість музеїв. Так, лише в Нью-Йорку їх вісім. Слід зазначити, що зараз музеї вже не сприймаються, як це було у минулому, як нудні, старомодні та малопривабливі місця. Відійшли у минуле часи, коли місією музеїв було придбання, реєстрування, зберігання та виставлення в експозиції можливої кількості предметів, оскільки змінилось ставлення до фінансування з боку держави, або ж завдяки коштам меценатів. Тому останнім часом ситуація суттєво покращилась: побудовані додаткові зали, нові будівлі, музеї стали популярними місцями виставок, до них сходяться люди з усіх країн світу.

Особливий інтерес викликають етнографічні музеї під відкритим небом, у яких містяться зразки світової та національної архітектури, предмети побуту. Турист може своїми очима побачити предмет, який належав до тієї чи іншої культури та історичної епохи, дізнатися про його практичне чи то символічне призначення, іноді навіть доторкнутися до нього та відчути причетність до культури свого чи іншого народу.

До подій які помітно впливають на пошук притоку туристів, відносяться спортивні змагання, релігійні знакові служби, вуличні народні святкування. Зокрема, неймовірною атракційністю відзначаються заходи, які завжди привертають увагу туристів є – карнавали та масові свята, що являють собою найяскравіше, найскладніше та найемоційніше дійство, котре є характерною складовою народної традиції. Серед найвідоміших карнавалів світу найзагадковішим та найбільш експресивним є венеціанський. Впродовж десятиліть інтерес до костюмованого венеціанського карнавалу не згасає, а навпаки, стає більш активним і захопленим. Відчували нестримний внутрішній потяг до цього свята життя і пристрасті відомі поети та письменники, митці і політики минулого. Так, наприклад, перша італійська поема Дж. Байрона «Бепо» іскриться і сяє усіма барвами венеціанської карнавальної ходи, в ній багато гри уяви, пристрастей, що, передусім, і характеризує незбагненну атмосферу венеціанського свята масок, відчути й побачити яке прагнуть мільйони туристів з усього світу.

Масове свято – це ритм самого життя, де розвага та гра тісно переплітається з бажанням відчути минуле та зазирнути в майбутнє, взяти участь у колективному дійстві, бути у центрі подій, відчути пульс та живе дихання святкового натовпу, щасливого у вияві людської рівності.

Помітним і навіть симптоматичним є ще один аспект культурного туризму, важливість якого зросла за останні 10 років: це стиль життя та культурна атмосфера міста [9]. І цей аспект не пов'язаний з якістю матеріального життя, тобто рівнем добробуту та доступністю послуг, хоча вони безперечно мають значення. Мова йде не про економічний аспект, а про присутність митців та робітників культурного сектору, які залишають враження по собі всюди: в сфері обслуговування, в закладах освіти, атмосфера міста відчувається у стилі ставлення до тих, хто в нього приїжджає.

Варто додати, що вітчизняні проблеми та перспективи туристичного бізнесу й сервісу перебувають в полі зору фахівців та науковців, які вважають, що основу туристично-рекреаційної політики повинні складати такі пріоритети як державна підтримка галузі туризму та відпочинку й оздоровлення; концентрація коштів і ресурсів для створення об'єктів інфраструктури: шляхи, системи водопостачання, каналізація, зв'язок, служби сервісу; створення пільгових умов для залучення іноземних інвестицій у туристичну

індустрію; підготовка висококваліфікованого кадрового потенціалу в сфері рекреаційно-туристичної діяльності; і водночас налагодження потужної реклами, випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу [6, С. 75]. Реалізація вищенаведених пріоритетів створить необхідні стартові умови для цілеспрямованого нарощування потенціалу етнотуристичної індустрії. Активне зростання культурного туризму, з огляду на важливу роль, яку він відіграє у окремому місті та за його межами, а також глобальний сценарій розвитку сучасного світу, у якому він посідає не останнє місце, вимагають уваги з нового ракурсу: на часі пошук та впровадження нових моделей та інструментів взаємодії багатьох складових процесу етнокультурного туризму. Зокрема, з одного боку, має бути врахована системна природа цього явища та його багатовекторність, а з іншого – необхідно визначити можливі наслідки та впливи як економічного та соціально-психологічного характеру, так і екологічного змісту стосовно гарантій збереження навколишнього середовища.

Список використаної літератури

1. Бочан І. О. Вступне слово про етнотуризм / І. О. Бочан // Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи : Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2-3 березня 2011 р.) / Львівський інститут економіки і туризму. – Львів: ЛІЕТ, 2001. – С. 9.
2. Великочий В. С. Культурний туризм в Івано-Франківській області: сучасний стан і перспективи розвитку / В. С. Великочий // Рекреаційний потенціал Прикарпаття: історія, сучасний стан, перспективи. – Вип. 3: Мат. міжн. наук. конф. «Туризм і розвиток регіону» (Івано-Франківськ – Яремче, 19-21 жовтня 2011 р.) Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника; гол. ред. – В. Клапчук; відп. секр. – В. Шикеринець. – Івано-Франківськ: Фоліант, 2011. – С. 9.
3. Клапчук В. М. Гуцульщина та гуцули: економіка і народні промисли (друга половина ХІХ – перша третина ХХ ст.) : монографія / В. М. Клапчук / Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника. – Львів–Івано-Франківськ: Фоліант, 2009. – С. 295-295.
4. Шикеринець В. В. Деякі аспекти розвитку етнотуризму в Україні (на місцевому рівні) / В. В. Шикеринець // Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2-3 березня 2011 р.) / Львівський інститут економіки і туризму. – Львів: ЛІЕТ, 2001. – С. 24.
5. Кулаковська І. М. Етнокультурний потенціал як чинник підвищення екскурсійної привабливості регіону // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – Київ: Міленіум, 2010. – №3. – С. 73–76.
6. Richards G. Cultural Tourism in Europe / Greg Richards. – Wallingford: CAB Int., 2005. – 254 с.
7. Wywater H. The market for cultural tourism in Europe / H. Wywater // EIU Travel & Tourism Analyst. – 1993. – № 6. – С. 30-46
8. Ercole E. Il turismo cultural urbano: trasformazioni e prospettive / Enrico Ercole електронний доступ: <http://www.economia.unical.it/sturistiche270/collegamenti/54.pdf>

Стаття надійшла до редакції 14.05.2013

Y. S. Sabadash, O. S. Gavenko

ETHNO-CULTURAL TOURISM: PECULIARITIES AND FUTURE PROSPECTS

The problems and future prospects of ethno-tourism, one of the most popular directions of modern tourism, are analysed. It is pointed out that the increase of the excursion attractiveness of countries and regions is a very important problem of ethno-tourism. Two basic directions of ethno-tourism are characterized: the first one, traditional, that suggests getting acquainted with the culture and way of life of the nations that lived before us, and the second one, nostalgic, is characterized by the person's desire to visit the native land of ancestors and get to know the history and culture of those places. It is emphasized that the search and introduction of new models and

instruments of the interaction between many components of the ethno-cultural tourism's process are of current importance.

Key words: *cultural tourism, ethno-tourism, recreational resources, resource potential, ecodefense approach.*

УДК 929Перетц

Н. В. Стахієва

КУЛЬТУРОТВОРЧА ДІЯЛЬНІСТЬ В. М. ПЕРЕТЦА В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕЇ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Розглянута постать видатного вченого, академіка, колекціонера літературних пам'яток – Володимира Миколайовича Перетца. Досліджена його культуротворча діяльність на тлі культурно-історичного поступу й виборювання української національної ідеї кінця ХІХ – початку ХХ століття. Проаналізована роль В. М. Перетца у відродженні української культури та передачі інтелектуальних і культурних надбань майбутнім поколінням.

Ключові слова: *українська культура, національна ідея, культурне відродження, українознавство, культурне надбання.*

ХІХ століття характеризувалося поживаленням наукового вивчення слов'янської культури. Проте її розгляд проводився передусім з погляду історії Росії. Проблема української національної культури лишалась недостатньо дослідженою. У кінці ХІХ – на початку ХХ століття в Україні відбувся процес активізації збирання та вивчення старовини, до наукового обігу вводилися пам'ятки слов'янської книжкової культури, рукописи та стародруки. У цьому процесі узяли участь дослідники: літературознавці, історіографи, філологи, які вивчали літературний та історико-культурний процес через дослідження історичних джерел. Отже, сучасні реалії розвитку суспільства актуалізують питання вивчення ролі окремих діячів у піднесенні українського етносу, відродженні самобутньої культури.

Яскравим виразником поширення української національної ідеї був Володимир Миколайович Перетц. Він відчував симпатію до уярмленого українського народу, глибоке зацікавлення його історією, літературою, народною словесністю. «Український народ поставав перед Володимиром Миколайовичем як один із слов'янських народів, що його славісти несправедливо виключали з кола своїх інтересів» [1, с. 53]. Щиро вболіваючи за долю самобутньої культури, він займався дослідницькою, збирацькою діяльністю, формуванням бібліотечних і музейних колекцій, проведенням археографічних та етнографічних експедицій, описом рукописів та стародруків. Дослідник залишив українському народові наукові надбання неперехідної цінності.

Особистість В. М. Перетца та його роль у становленні та відродженні української культури не знайшла відповідного відображення у спеціальних наукових дослідженнях. Частково вона розглянута у працях М. К. Гудзія, Л. А. Дубровіної, Л. В. Матвеевої, Л. Є. Махновця, С. М. Міщука, Р. П. Радишевського, Л. Г. Рєви, М. А. Робінсона, С. К. Росовецького, О. М. Сенік, В. С. Соболева, Н. Г. Солонської та інших. Однак цілісного уявлення щодо його діяльності, пов'язаної із відстоюванням української національної культури досі немає. Разом із тим цей внесок сьогодні має не лише історіографічне, а й науково-практичне значення для усвідомлення історико-культурної спадщини України. Не визначено місце В. М. Перетца серед українських культурологів кінця ХІХ – початку ХХ