

УДК 338.48:379.8

М.В. Ільїна

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ СУТНІСНО-СТРУКТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

У статті описано сучасний стан та особливості розвитку туристичної індустрії в частині долучення туристів до культурної спадщини. Продемонстровано неузгодженість та різноманіття визначень культурного туризму як підвиду економічної діяльності; здійснено теоретичний аналіз і систематизовано основні визначення. Обґрунтовано актуальність структурно-динамічного та цільового підходу до визначення сутності, функцій, ключових тенденцій розвитку туризму із залученням ресурсів культурної сфери; визначено завдання для подальших наукових досліджень.

The paper describes characteristics and the status of tourism industry aspiring to attract tourists to the cultural heritage. Inconsistency and over diversity of definitions related to «cultural tourism» as of economic sub-activity are depicted, and the key definitions are theorized and

systematized. It proves structural-dynamic and specific-purpose approaches applied to discover nature, functions, and tendencies relevant to tourism industry consuming cultural resources are principally appropriate for the analysis. The paper closes with key tasks for the follow-up research.

Ключові слова: туристична індустрія, культурна спадщина, культурна сфера, культурний туризм, структурно-динамічний підхід, цільовий підхід.

Сфера культури та індустрія туризму в часи зростання загальної мобільності й освітнього рівня населення набувають ознак активної взаємоінтеграції. Позитивним наслідком інкорпорованості туризму у сферу культури (і навпаки) є те, що бізнес та місцеве населення отримують змогу виробляти й надавати різноманітні послуги — як туристичні, так і культурні. Це сприяє зростанню рівня зайнятості, подоланню бідності, призупиненню процесів міграції з сільських районів, диверсифікації сфери виробництва, зміцненню місцевих громад. Для останніх збільшення потоку туристів, розвиток туристичної діяльності актуалізують потребу збереження й відновлення місцевих культурних традицій, адже можливість участі туристів у різноманітних фестивалях, мистецьких заходах, що є своєрідними, унікальними або мають специфічне етнічне забарвлення, додатково посилюють туристичну привабливість регіону. Таким чином, наявність ресурсів культурної спадщини стає умовою залучення туристів, а туристична діяльність — потужним стимулом для збереження й відновлення цих ресурсів та джерелом доходу.

Переконливі темпи зростання показників світової індустрії туризму дозволяють очікувати розвитку культурної сфери, активізації діяльності зі збереження й відновлення світової спадщини. За даними Світової туристичної організації ООН (UN WTO) [1] у 2013 р. кількість міжнародних туристів зросла на 5 % і склала 1087 млн осіб. Так само високий — у межах 4–4,5 % — зріст цього показника очікується у 2014 р. Зростання обсягів туристичної діяльності свідчить про збільшення попиту на послуги індустрії культури і розваг, однак із теоретико-методологічної точки зору аналіз співфункціонування цих двох сфер економіки потребує суттєвого уточнення й розширення засадничих понять та принципів.

Туризм як напрям підприємницької діяльності є сферою, що надає послуги туристам, які подорожують із культурницькою метою. Відповідно культурний туризм — це вид або сукупність дій, пов'язаних із проактивною поведінкою споживачів таких послуг — туристів, що подорожують із метою отримання нових знань у сфері культури та пізнання культурної спадщини. Теоретичні та практичні дослідження у цій сфері стимулює зростання значення туристичної сфери для глобальної економіки. Однак у науковій літературі досі не вироблено єдиного визначення туризму у сфері культури або культурного туризму (останнім визначенням послуговуватимемось у нашій роботі). Така термінологічна невизначеність ускладнює аналіз, призводить до ненавмисного нівелювання сутнісних ознак явища, перешкоджає подальшому розвитку теорії й особливо методології дослідження туристичної діяльності.

За Х. Хагісом, у випадку культурного туризму йдеться про туризм як вид подорожі, що передбачає відвідування об'єктів культурної спадщини незалежно від початкової та / або основної мети подорожі [1]. Натомість Р. Стеббінс культурним туризмом називає подорожі, що мають на меті пошук та участь у нових і знайомих видах діяльності у сфері культури, і тут йдеться про все різноманіття форм культурного життя

та об'єктів культури: музеї, галереї, фестивалі, архітектурні пам'ятки, місця видатних історичних подій та іншу історичну спадщину, театральні вистави й усі інші види діяльності, що передбачають взаємодію однієї культури з іншою в умовах подорожі [2].

Вже з цих двох визначень зрозуміло, що поняття культурного туризму тісно пов'язане з визначенням власне феномену культури. Історично культуру та туризм як два різних види соціальних практик чітко розмежовували — хоча б із тієї причини, що в реальному житті до цих практик вдаються різні типи споживачів, якими рухають принципово різні мотивації до дій. На думку Дж. Уррі, поступово межа між культурою та туризмом почала зникати внаслідок двох процесів, що виникли одночасно [3]. Це, по-перше, загальна «культуризація» суспільства — долучення до набутків культури все ширшого кола осіб, що призвело до поступового стирання меж між «високою» та «низькою» культурою, «високим мистецтвом» та «маскультом». На ці процеси вплинули висхідна соціальна мобільність населення та збільшені можливості подорожувати завдяки розвитку транспортної інфраструктури й телекомунікацій. Іншим процесом, що посприяв взаємній інкорпоративізації сфер культури і туризму, стала культуризація заходів, реалізованих у межах кожної окремої подорожі. Туризм поступово набуває культурницького контексту — як завдяки розширенню переліку відповідних послуг, які надають підприємства туристичної індустрії, так і через зростання числа об'єктів сфери культури, придатних для відвідування туристами. Цю обставину підтверджують увага й актуальність зусиль спільнот із винайдення нових та реставрації старих об'єктів культурного, історичного, архітектурного значення. Нині можна стверджувати, що туризм став невід'ємною частиною сфери культури (і навпаки), визначає обсяги виробництва й особливості споживання сфери послуг.

Наявність процесів загальної культуризації суспільства підтверджують дані щодо зростання кількості відвідувачів об'єктів сфери культури, музеїв, історичних монументів, археологічних об'єктів, а також те, що «понад 50 % обсягу туризму в Європі пов'язані з культурним туризмом та мають найбільші перспективи до подальшого зростання» [4, р. 11]. Загальній культуризації суспільства й пов'язаному з цим зростанню обсягів культурного туризму сприяє підвищення освітнього рівня населення. Інша обставина, важлива для розуміння сутності процесів, притаманних культурному туризму, полягає в особливостях співвідношення попиту та пропозиції на цей вид послуг. На думку Г. Річардса, збільшення числа подорожей із культурною метою відбувається швидше завдяки випереджаючому зростанню обсягів пропозиції, аніж зростанню реального інтересу туристів до культурної спадщини [5].

Р. Макінтош та К. Голднер смислом культурного туризму вважають, насамперед, просвітницьку діяльність, оскільки туристи, подорожуючи, знайомляться з історією, культурною спадщиною, способом життя та мислення інших соціальних спільнот [6]. Світова туристична організація ООН до туристів, що подорожують із культурною метою, зараховує всіх, хто під час подорожі задовольняє свою особистісну потребу в отриманні нових знань про соціальну різноманітність і культурну спадщину, набутті нового досвіду та спілкуванні [7]. Як наслідок, завдяки своїм пізнавальним, просвітницьким функціям культурний туризм сприяє розвитку окремих особистостей та соціальних груп.

Суголосним є визначення культурного туризму М. Літтрелла як процесу переміщення осіб із постійного місця їхнього проживання до місць та об'єктів культурного значення з наміром отримати нову інформацію та досвід задля задоволення власних культурних потреб [8]. Це визначення варте уваги тому, що тут туристична діяльність із культурною метою включає не лише отримання знання про артефакти культури минулих часів, але й пізнання сучасних культурних практик та процесів, насамперед у вигляді знання та досвіду щодо способу життя інших соціальних спільнот. Такий підхід дозволяє розрізнати туризм, спрямований на пізнання культурної спадщини, культури минулих історичних епох («туризм культурного минулого»), та споживання предметів і послуг сучасної індустрії культури («туризм культурного сучасного»).

Світова туристична організація відносить до культурного туризму такі види діяльності, як: пізнавальні тури, перегляд вистав, участь у шоу, фестивалях, карнавалах, відвідування визначних місць та музеїв, подорожі до об'єктів і пам'яток природи, етнотури (вивчення фольклору, традицій, звичаїв окремих етнічних груп). Відповідно визначають ресурси культурного туризму:

- місця археологічних розкопок та музеї;
- архітектурні об'єкти (руїни, визначні будівлі, поселення);
- збірні предметів живопису, скульптури, ремісництва (галереї, виставки);
- виступи музичних і хореографічних колективів;
- події драматичного мистецтва (театральні вистави, фільми);
- паломництво;
- етнографічні експедиції (вивчення культур окремих етносів, їх мови, літератури, навичок ремісництва).

Г. Річардс вважає, що краще категоризувати ресурси туристично-культурної діяльності, зважаючи на динамічність розвитку останньої [5]. Цей підхід дозволяє структурувати сферу культурного туризму за допомогою двох категорій: змісту туристичної діяльності та мети (рис. 1). Використовуючи ці дві категорії як вісі на площині «структурно-динамічне поле туристичної діяльності у сфері культури», останнє можна розділити на чотири частини, де горизонтальна вісь «зміст туристичної діяльності» варіюється від «культури як продукту» (ліворуч) до «культури як процесу» (праворуч), а вертикальна вісь «мета туристичної діяльності» — від мети-пізнання (вгорі) до мети-розваги (внизу).

До першого квадранту відносяться добре відомі, «традиційні» культурні об'єкти, пов'язані зі спадщиною та культурою минулого: музеї, монументи, галереї. Другий квадрант містить сучасніші види культурної діяльності, де важливу роль відіграє сам процес пізнання: засвоєння мовних навичок, відвідування виставок сучасного мистецтва тощо. Особливістю цих видів діяльності є те, що процес споживання культурного продукту більшою мірою орієнтований на задоволення поточних культурних запитів населення, аніж на збереження культурної спадщини. У третьому квадранті зосереджено різноманітні культурні розваги: мистецькі заходи, фестивалі; у четвертому — центри культурної спадщини, фольклорні фестивалі, що поєднують елементи освіти та розваги, але водночас залучають ресурси культури минулого. Динамічність, континуальність елементів та різноманітність такої об'єктно-функціональної структури культурно-туристичної діяльності демонструють, що підхід, який визначає культурний

туризм винятково на основі залучених ресурсів, є обмеженим та не відповідає потребам сучасності.



Рис. 1. Структурно-динамічна система функцій та об'єктів туристичної діяльності у сфері культури (авторська розробка на основі джерела [5])

Зазначений підхід може бути доповнений, наприклад, за рахунок включення до визначення культурного туризму показника «ціль туристичної подорожі». Доцільність такої дії зумовлена тим, що на даний час усе більше експертів визначають приналежність туризму до культурного на основі мети поїздки, а не мотивації. Б. Маккерчер та Г. Дю Крос у визначенні культурного туризму за показником «основна мета подорожі» йдуть ще далі і пропонують класифікувати туристів за «глибиною досвіду», який ті отримують, подорожуючи з метою задоволення своїх культурних потреб [9]. Керуючись цією ідеєю, автори також пропонують двомірну типологію культурного туризму та, відповідно, п'ять типів туристів. Мірами класифікації виступають при цьому основна мета подорожі (туризм із культурною метою; багатоцільова подорож; подорож, що від початку не передбачала задоволення культурних потреб) та глибина отриманого досвіду в частині споживання культурного продукту й отримання відповідних знань та навичок (глибокий цілеспрямований досвід із залученням туриста до процесу вироблення культурного продукту і набуття ним відповідних навичок; поверхневий досвід без включення до процесу виробництва культурного продукту; випадковий досвід). Об'єднання цільового підходу зі структурно-динамічним, описаним вище, здатне додатково розширити поняття культурного туризму та є перспективним завданням для подальших наукових досліджень у частині теоретичного обґрунтування сутності й особливостей культурного туризму.

Таким чином, подорожі з метою знайомства і долучення до культурної спадщини людства є популярним напрямом туристичної індустрії та має потенціал до зростання. За даними Світової туристичної організації ООН на культурний туризм припадає понад третина обсягу послуг, які виробляє глобальна індустрія подорожей [10]. Теоретизація й узгодження поняття «культурний туризм» ускладнені різноманітним підходів і неусталеністю визначення його сутності, функцій, особливостей та ключових тенденцій розвитку. Найперспективнішими у цьому відношенні підходами визна-

чено структурно-динамічний, який на різних рівнях та недискретним чином об'єднує ресурси культурного туризму з діяльністю їх освоєння, та цільовий підхід, за яким основною сутнісною ознакою культурного туризму залишається основна мета подорожі, спрямована на долучення до культурної спадщини. З практичного боку обидва підходи додатково актуалізують завдання з охорони, збереження й відновлення культурного надбання людства, врегулювання порядку використання об'єктів культури, збалансування попиту на відповідні послуги з їхньою пропозицією та ресурсним потенціалом сфери.

1. *Hughes H.* Redefining Cultural Tourism / H. Hughes // *Annals of Tourism Research*. – 1996. – № 23. – P. 707–709; 2. *Stebbins R.* Cultural Tourism as Serious Leisure / R. Stebbins // *Annals of Tourism Research*. – 1996. – № 23. – P. 948–950; 3. *Urry J.* Consuming Places / J. Urry. – London: Routledge, 1995. – 257 p.; 4. Europa Nostra. Cultural Heritage Counts for Europe. Position Paper adopted by the Europa Nostra Council on 2 June 2005 in Bergen (Norway) / Europa Nostra. – Bergen: Europa Nostra, 2005; 5. *Richards G.* Cultural Attractions and European Tourism / G. Richards. – Wallingford: CAB International, 2001. – 38 p.; 6. *McIntosh R.* Tourism: Principles, Practices, Philosophies / R. McIntosh, Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie. – (7th ed.) – N. Y.: Wiley, 1995. – 551 p.; 7. World Tourism Organization. The State Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development / World Tourism Organization. – Madrid: WTO, 1985. – 27 p.; 8. *Littrell M.* Shopping experiences and marketing of culture of tourists / M. Littrell // *Tourism and Culture: Image, Identity and Marketing* / [Ed. by M. Robinson, N. Evans, P. Callaghan]. – Northumbria: Centre for Travel and Tourism, University of Northumbria, 1997. – P. 107–120; 9. *McKercher B.* Cultural Tourism: the Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management / B. McKercher, H. Du Cros. – N. Y.: Haworth Press, 2002. – 262 p.; 10. *Richards G.* What is Cultural Tourism? / G. Richards // *Erfgoed voor toerisme: een visie van de gezamenlijke erfgoedkoepels op erfgoed en cultuurtoerisme* / Ed. by In van Maaren A. – Amsterdam: Stichting Nationaal Contact Monumenten, 2003. – 144 p.