

## ТУРИЗМ ЯК ЕКЗИСТЕНЦІЙНА СТРАТЕГІЯ У КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИКАХ

### Вступ.

Розвиток культурних практик відбувався природним шляхом від періоду становлення культури людства як чинник її всебічної реалізації. Можна стверджувати, що культура людства як тривалий процес, власне формувалася через сукупність культурних практик ще до появи останньої версії людини — *Homo sapiens* (приблизно 300 тис. років тому), адже археологічно вони фіксуються як ритуальні вже у неандертальців (Історія української культури, 2001, с. 55-57). Ми схильні визначати поняття «культурні практики» як практичне засвоєння/відображення/перетворення людиною існуючої дійсності задля реалізації/досягнення усвідомленої мети.

Р. Меднікова наголошує, що «концепт «культурні практики» розроблявся в контексті дослідження популярної культури. Саме «поняття “культурні практики” увійшло в науковий обіг лише у 70-ті роки ХХ століття завдяки культурологічно-соціологічним працям представників Бірмінгемської школи. Вони досліджували такі культурні практики, як туризм, реклама, шопінг, футбол та інші, пов'язані з повсякденним буттям людини і показали, що це світ комфортного, зрозумілого у своїх межах існування, і саме в ньому відбувається сенсотворення, а не у сфері “високої культури”, що працює з ідеалами, високими Істинами, Абсолютом» (Меднікова, 2017, с. 32). Хоча тут можна зауважити про наявність духовних практик, таких як йога, суфізм, ісіхазм тощо, якраз сформованих на підставі сенсоутворення у пошуках Істини, Ідеалу, Абсолюту, які теж можна розглядати як культурні практики. Втім проблема полягає в стратифікації, адже культурні практики варто розділити на повсякденні (побутові) — універсальні (буттеві), тілесні (популярні) — інтелектуальні (елітарні) за бінарним (не

ієрархічним) принципом, з усвідомленням наявності рівноцінних/екзистенційних смислів у кожному культурному кластері, чому сприяло ставлення до культури повсякдення у межах парадигми постмодерну.

В Україні проблематика культурних практик зацікавила таких науковців-теоретиків, як О. Копієвська, Т. Лютий, Г. Меднікова, О. Олійник, Л. Скокова, В. Судакова та інших. Проте зазначена тема є невичерпною, адже поняття «культурні практики» фіксує різноманітність форм і явищ культурного життя, допомагає систематизації для отримання адекватного уявлення про їх історичну вкоріненість і прогнозування шляхів розвитку культури. Теоретичне їх осмислення формує здатність до свідомої орієнтації у культурному полі і потребу в усвідомленні себе не просто спостерігачем, але й активним учасником культурного процесу (Меднікова, 2017, с. 32, 33), що робить заявлену тему актуальною. Дослідниця О. Копієвська розуміє поняття «культурна практика» як «предметно-практичну діяльність людини/людей, пов'язану зі створенням, поширенням або споживанням культурних продуктів. Культурна практика пов'язана зі сферою смислів соціокультурного буття й індивідуального життя людини» (Копієвська, 2019, с. 52), що корелюється із туристичною активністю людини як життєвою стратегією.

Однією з архаїчних культурних практик, яка моделювала культуру людства, виступає мандрівництво, котре трансформувалося у туризм (від сер. XIX ст.), який став «феноменом XX століття», а у процесі розвитку та трансформацій XXI ст. набув віртуальних форм, що демонструє злам стереотипів у пошуках досвіду осягнення/осмислення світу. Як влучно зауважує з цього приводу А. Меднікова: «Культурний туризм, хоча й розвивається в цілому в контексті масової культури, може виступати й її антитезою, якщо він формується як культурна практика і перебуває в контексті альтернативних технологій, альтернативних контркультур... Потрапляння у простір туризму як культурної практики повільно змінює психологію людини, яка намагається звільнитися від стереотипів масової свідомості і зануритися в локальні традиції субетносів тих культур, з якими вона зустрічається впродовж подорожі» (Меднікова, 2017, с. 35).

## **Проблема культурного простору та просторового повороту в культурі.**

Тема туризму напряму пов'язана із проблематикою простору, адже його можна опосередковано вважати вітальною потребою соціальної істоти у засвоєнні нового простору, що емпірично зафіксовано десятками тисяч графіті за формулою «Тут був...», які маркують природні та антропогенні об'єкти у планетарному масштабі (Пархоменко, 2004 с. 59-60). Спроби осмислення проблематики простору як філософсько-фізичної категорії пройшли довгий шлях розвитку від доби античності. Давньогрецька думка переймалася простором у його різноманітних контроверсіях, починаючи від учня Фалеса Анаксимандра (610-547 до н.е.), який започаткував мову просторових космологічних понять, а також створив першу карту у масштабі. Натомість Парменід заперечував онтологічний статус простору; його картина світу була непросторовою. Також філософську категорію простору в античності з різних боків досліджували видатні мислителі Платон, Аристотель з його концепцією «місця», за яким місце простору виражається межею об'ємного тіла, Демокріт та Епікур. Евклід запропонував тривимірну модель простору, яка лягла згодом в основу класичної механіки. Вершиною картографічної думки античного періоду стала робота еллінського математика та астронома Клавдія Птолемея (90-168 н.е.) «Посібник з географії у 8-ми книгах» (мав додаток з 27 карт). Птолемеєй підійшов до теми простору з астрономічних позицій, зробивши найбільш грандіозну спробу нанести відомий йому світ на мапу, описавши 6000 географічних місць, у тому числі Сарматію Європейську та Сарматію Азійську, яку за ренесансної доби ототожнювали з українськими теренами (Байцар, 2022), Він винайшов конічну та псевдоконічну проекції, що було новаторством у картографії. Власне цей посібник можна вважати відходом від усталеної «карти-шляху» (Ератосфена, Гішпарха, що вже практикували сітку координат) до «карти-опису світу»

Середньовічна християнська теологія сприйняла геоцентричну систему світу Аристотеля, вдосконалену Птолемеєм, проте відчутно її модифікувала, приміром у плані відмови від Аристотелевих тез про скінченність простору та про неможливість існування порожнього простору (адже всемогутній Бог здатен створити у

тому числі і порожнечу)<sup>1</sup>. Зокрема, Ніколай Кузанський зі своїми пантеїстичними уявленнями здійснив поворот у бік концепції безмежності та нескінченності космосу (при цьому космос набув теоцентричного характеру). Проте в цілому сакральна модель Аристотеля-Птолемея була канонізована середньовічною думкою. Тому основний антисхоластичний вектор мислителів доби Відродження було скеровано на глобальну критику Аристотелевого вчення. На зміну його геоцентричній моделі (та її середньовічної модифікації) прийшли по-перше, геліоцентричний світ Коперніка, який концептуально змінив просторову картину світу, зазначивши космос як єдину і однорідну конструкцію з уявленням про відносність руху; по-друге, множинний та нескінчений Всесвіт Джордано Бруно; по-третє, класична система світу Галілея-Ньютона.

У XVII ст. Й. Кеплер вводить у науку поняття про еліптичні орбіти, що сприяло інтелектуальному розкріпаченню Європи — відходу від античного обожнення одного з елементів геометрії — кола або сфери. Зусиллями Галілея (визнав порожній простір та круговий інерційний рух) і Декарта (визнав лінійний інерційний рух, проте заперечив порожній простір) почала розвиватися система класичної механіки Ньютона (об'єднав ідеї попередників — лінійний інерційний рух і порожній простір). Поряд із поняттями абсолютного часу та абсолютного руху І. Ньютон вводить поняття абсолютного простору — безвідносного до будь-чого зовнішнього, який залишається завжди однаковим і нерухомим. Із критикою ньютонівської концепції виступив Г. Лейбніц, що розвинув реляційну концепцію простору і часу, за якою простір і час не існують ані самі по собі як певні субстанції, ані у тотожності з матерією, а є формами існування матеріальних об'єктів, абстрактними структурними відношеннями їхнього існування.

Проте до кінця XX ст. все ж класична механіка Ньютона визначала основний напрям наукового пізнання. У філософській системі І. Канта час і простір почали розглядатися як апріорні форми чуттєвого споглядання. Проте революційна теорія А. Ейнштейна суттєво змінила уявлення про час і простір, відкинувши поняття абсолютного часу і абсолютного простору як незалежних

<sup>1</sup> Фома Бравардін легітимизував порожнечу — у нього вона обтінає світ

від матерії форм буття. Розвитку уявлень про час і простір сприяли також квантова механіка, квантова теорія поля, релятивістська космологія, зокрема теорія нестационарного Всесвіту, що розглядає структуру та еволюцію Всесвіту у цілому на засадах загальної теорії відносності А. Ейнштейна (Ахундов, 1982).

У тому ж ХХ ст. простір і час вперше почали розглядатися не лише як природничо-наукові та філософські категорії, а й як культурні форми. Значним поштовхом до активних досліджень простору як історично-культурної категорії, зокрема Ле Гофом, сприяло виникнення у Франції «Школи анналів» 1929 р. (Ле Гоф, 2007). М. Бахтін вводить термін «хронотоп», спочатку в літературознавстві (Бахтин, 1972) як нерозривність простору та часу, що надає проблематиці культурологічного виміру. Тобто хронотоп — це стійка позиція, через яку людина засвоює час та простір топографічно об'ємного світу. Хронотопи можуть включатися один в один, протиставлятися, зіставлятися, тобто взаємодіяти. Нині і в природничих, і в гуманітарних науках категорії простору і часу переглядаються, трансформуються (Borghart P. and others, 2010). Зокрема спостерігається тенденція до олюднення географії, що виражається у дослідження взаємозв'язку простору з уявою та емоціями людини

Офіційний зв'язок людини і простору передає термін «топофілія», введений американським ученим І-Фу Туаном 1974 р. — приязнь до певного географічного об'єкта; відповідно «топофобія» є просторовою антипатією (Yuan Y-F, 1974). Саме Туану належала ідея чуттєвого розрізнення простору і місцевості: простір — як щось невизначене, недиференційоване, пов'язане з рухом; місцевість — як людиновимірне, пов'язане з паузами, зупинками. Тож наведені поняття характеризують емоційний зв'язок людини і простору, ступінь емпатії, у якому виражаються різні шари людської свідомості — особистий, соціальний, трансцендентальний, колективне несвідоме. Виникають нові напрями просторових досліджень: когнітивна географія, перцепційна географія (географія сприйняття), гуманітарна географія. Цікавим аспектом сучасного дослідження простору є створення комплексних географічних місць. Створення комплексних географічних місць — це інтерпретація простору дослідником (створення просторового міфу), а їх найголовніша властивість — множинність контекстів та авторів. У такий спосіб

формується складна безсистемна структура, де одні характеристики місця накладаються на інші за принципом палімпсесту (лат. *palimpsestus* — знову зіскаблений). Від античності так позначався рукопис, написаний на вживаному пергаменті, бо матеріал був занадто дорогим, тому повторно використовувався після знищення попереднього тексту. Таким чином, у межах палімпсесту різноманітні/різнопланові тексти взаємодіяли, нашаровуючись на спільну першооснову. У моделі географічного палімпсеста просторові образи темпорально нашаровуються на матрицю культурного ландшафту. Отже, в основі міфогеографічної картини дійсності, організованої за принципом палімпсесту, застосовано інформаційний підхід, що за рахунок інтерпретацій створює безліч реальностей географічного простору. Більше того, у різних фокусах/підходах сприйняття простору відбувається неминуха деформація реальності. Місце/місцевість як палімпсест характеризується як сума різнорідних кон(текстів), кожний з яких орієнтується на свою доміную (головну ознаку), і, в певних умовах, «затуляє» собою решту.

Нині моделюється специфічний напрям досліджень — геокультурологія, яка є особливим поглядом на простір як на текст, проте ґрунтується не стільки на дескрипції, скільки на інтерпретації просторових образів. Її об'єктом виступають територіально-культурні системи, що складаються із сукупності представлених у ландшафті артефактів та ментіфактів (структурні одиниці ментальної мапи). Ментальна мапа, вона ж *когнітивна мапа*, *mind map* — це техніка візуалізації мислення, що дозволяє фіксувати і обробляти інформацію. Тобто територіально-культурна система містить у собі не лише (й не стільки) територію, а й уявлення про неї, її характеристики, просторові образи. Просторові образи репрезентують систему характерних ознак, що включає символи, візуальні знаки, мнемотопи, різноманітні тексти, які комплексно позначають реальні території, місцевості, країни. Втім, географічні місцевості априорі не бувають плоскими/двомірними, а є багатовимірними, адже вміщують низку просторів — реальний, смисловий, текстуальний, уявний, які виникають лише у синергії об'єкта із суб'єктом як певний культурний світ, що має аналізуватися у царині геокультурології. Зокрема, просторовий міф складає лише один із шарів географічного палімпсесту, що ми показали на підставі аналізу київського міфологічного тексту (Demchuk, 2023).

Отже, категорія простору в культурі є однією із визначальних. Зокрема, П. Флоренський у статті «Аналіз просторовості (і часу) у художньо-зображувальних творах» (на поч. ХХ ст.) наголошував, що вся культура може бути витлумачена як діяльність з організації простору (Флоренский, 2000, с. 112). Порівняно недавно було оприлюднено монографію німецької культурологині та літературознавиці Доріс Бахманн-Медик, присвячену культурним поворотам у гуманітарних науках «Культурні повороти. Нові орієнтири в науках про культуру» (Bachmann-Medick, 2016).

Про значимість явища культурного повороту як такого свого часу вказували дослідники, що працювали у царині культурсоціології, культурної географії, зокрема вже згадуваний І-Фу Туан. Проте комплекс просторових уявлень, що підготував просторовий поворот у культурі, мав витoki ще у працях Анрі Лефевра, марксистського класика теорії простору, який звернув увагу на виробництво простору; його невід'ємний зв'язок із соціальними практиками (Lefebvre, 1991). Проте у згадуваній вище праці Бахманн-Медик йдеться про культурні повороти у множині і комплексно, зокрема детально описано сім поворотів — інтерпретативний, рефлексивний, перформативний, постколоніальний, перекладацький, просторовий та іконічний.

Цей ланцюжок поворотів, як зазначає Д. Бахманн-Медик, був зумовлений завдяки культурній антропології, особливо її американською школою, чий дослідницький інтерес живиться дискусією про культурні розрізнення. Більш того, сама культурна антропологія свого часу спричинила культурний поворот у гуманітаристиці як антропологічний поворот. Це спонукало переформатуванню культурної антропології, що займалася чужими племінними культурами власне у культурологію, яка набула статус систематизованої дисципліни, сформувала загальнодисциплінарні категорії аналізу і стимулює концептуалізацію шляхом культурної критики<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Термін *Kulturologie* (нім.) вперше застосував німецький фізик Вільгельм Оствальд (стаття «Система наук», 1915 р.), а в науковий обіг його ввів американський культурний антрополог Леслі Уайт, який у 1930 р. прочитав у Мічиганському університеті курс «Культурологія». У подальшому він виклав свої ідеї у фундаментальній праці «Наука про культуру» (1949 р.). Культурологія відтоді стала найменуванням нового напрямку в суспільно-науковому знанні. Проте культурології не вдалося одразу виокремитися в самостійну наукову дисципліну з-під тенет культурної антропології та етнології, дотепер вона пройшла тривалий шлях становлення як постнекласична наука.

Слід зазначити, що Д. Бахманн-Медик порушує низку питань стосовно того, чи фіксують культурні повороти поверхневі явище культурної моди, чи вони втілюють більш стабільні дослідницькі напрями; де саме їх розміщувати у міжнародному ландшафті наук і яких ще культурних поворотів можна очікувати. Проте нас у фарватері цього розділу предметно цікавитиме саме *просторовий поворот* — *spatial turn*.

Заклик до спатіалізації як методу походить від самоусвідомлення у контексті парадигми постмодерну, який відмовився від домінуючої орієнтації на час, характерної для ситуації модерну. Просторовий поворот починається у 1980-ті роки, коли ренесансу поняття «простору» сприяли політичні і соціальні зрушення тих часів, що переформатували простір (зокрема, скасування міжнародних політичних блоків унаслідок падіння Берлінського муру, розпад СРСР тощо). Насамперед, просторовий поворот означає формування критичного розуміння простору, що має на увазі багатозарядний та контрверсійний процес соціального виробництва простору. Простір сприймається як реляційне поняття, де орієнтирами служать теорії гетеротопій Мішеля Фуко, концепція виробництва соціального простору П'єра Бурдьє, феміністичне тлумачення просторових геометрій влади Дорін Мессі. Поняття простору розробляється в урбаністичних дослідженнях, а провідною наукою просторового повороту стає географія. Мейнстрімними у просторовому повороті є дослідження культурного антрополога Арджуна Апшадурі, який вказав на зв'язок просторового повороту з транснаціональними просторами. Власну концепцію «третього простору» розвинув Едвард Соджа, ґрунтуючись на прикладі Лос-Анджелеса як «реального-і-уявного місця», де усвідомлюються простори одночасно матеріально і символічно, реально і сконструйовано, у конкретних просторових практиках і в образах (Soja, 1996).

Саме у рамках просторового повороту особливого значення набуває процедура мапінгу, під якою мається на увазі загальна модель впорядкування дійсності, організації знання<sup>3</sup>. М. Препотенська зазначає, що лінійний підхід до творення ментальних мап шляхом послідовного багаточасового дрейфу, замінюється по-

<sup>3</sup> У розробці комп'ютерних ігор це — дизайн і створення рівнів.

стмодерністським, мозаїчним, чому сприяють супутникові зйомки, навігатори, Інтернет (Препотенська, 2015, с. 204). Окрім машинга, іншими значимими термінами цього напрямку виступають — маргінальність, краї, границі, межі, локація, детериторіалізація, центр і периферія. Просторовий поворот став кроскультурним явищем, що вплинув на гендерні дослідження, географію, історію, літературу, етнологію та туризм, який є предметом аналізу цього розділу. А культурна практика корелюється із простором мінливих/рухливих, проте відтворюваних реалій суспільного життя у модусі культурної репродукції.

Нині туризм виступає одною із потужніших культурних практик, що трансформує культуру і як життєва стратегія стає чинником формування ідентифікації людини. Проте від початку наукових рефлексій про туризмдіапазон визначення цього феномена був занадто вузьким, переважно туризм розглядався через призму прагматично зумовленої діяльності працівників «індустрії туризму». Звичайно туризм був і залишається потужною світовою індустрією, найдинамічнішою галуззю світової економіки, одним із основних платників податків, вагомим утворювачем ВВП, важливим чинником піднесення добробуту та створення робочих місць. Проте наразі варто довести виключно велике значення туризму як чинника кроскультурної комунікації людей та народів, як засобу різнобічного розвитку особистості, отже, зазначити людиновимірний ракурс туризму. Туризм — це насамперед людська діяльність, до якої людина вдається, аби задовольнити свої світоглядні та духовні потреби, пізнати навколишній світ, реалізувати свою особистість у просторі «Іншого», тобто інших культур, звичаїв, способів життя, тобто туризм виступає передусім як феномен культури. Водночас сучасні концепції туризму аж ніяк не знецінюють його матеріально-технологічне та фінансове призначення, наголошуючи на тому, що туризм є розгалуженою «галуззю гостинності», економічним дивом й мільйони людей землі зайняті у туристичній сфері. Враховуючи політичний контекст туризму, можна стверджувати, що туризм є чинником процесу входження, зокрема України, в європейський та світовий простір як рівноправного партнера у справі вибудови «людиноцентрованого соціуму», реально, а не на рівні декларацій, звісно, після

припинення військових дій у результаті перемоги над агресором і подальшої розбудови державності. Зростаючий авторитет міжнародного туризму, його економічна, політична та соціальна значимість у житті сучасного світу визнані урядами багатьох країн світу. Проте активний туристичний обмін дедалі більше розглядається як важлива складова культурних інтеграційних процесів і як невід'ємна ланка в розвитку гуманітарного співробітництва. Отже, зазначений феномен має всі ознаки багатогранності та наукової перспективи.

Варто зазначити, що першим/пілотним збірником наукових праць з феноменології туризму став «Філософія і культурологія туризму», упорядкованим статтями провідних українських науковців (Філософія і культурологія туризму, 2001). Його інтелектуальні положення розвивалися і тиражувалися у подальших розробках вже наступними дослідниками (інколи з редукацією першопочаткових сенсів).

### **Політологія та соціологія туризму.**

Туризм — це значущий канал цивілізованої комунікації народів, приналежний до «комунікативної культури», що може бути співвіднесеним із поняттям «народна дипломатія»<sup>4</sup>, як це обґрунтував В. Федорченко (Федорченко, 2021). Адже дипломатія — це насамперед продовження політики держави на зовнішньому рівні у відносинах із іншими державами. Що стосується терміна «народна дипломатія», то деякі автори розглядають його виключно як міжнародні зв'язки країн із зарубіжними організаціями. У такому тлумаченні туризм як чинник народної дипломатії пов'язаний із обміном на рівні громадських організацій, тобто обміном делегаціями від недержавних установ (наукових, жіночих, молодіжних, військових, спортивних, культурних та інших), коли учасники цієї міжнародної комунікації не є офіційними особами і не репрезентують владні структури країни. Проте це явно звужує поняття «народна дипломатія» як масового демократичного руху людства, у якому потенційно може бути задіяний кожний homo

<sup>4</sup> Дипломатія (від грецьк. *diploma*). У Давній Греції так називали здвоєні дощечки із письменами, які видавалися посланцям до інших полісів в якості документів, що підтверджували їх повноваження.

viator (лат. — людина, яка мандрує, термін застосував Марсель Габріель), хоча пересічний турист не бере в подорож жодних мандатів, окрім туристичних документів. Проте міжнародний турист, що здійснює міжособистісну комунікацію, виступає представником конкретного народу, конкретної культури, в тому числі й політичної. Знайомство з інакшою культурою, ціннісними парадигмами інших суспільств обов'язково зумовлює порівняння того, що є, і того, що спостерігається. Таким чином, туризм дає можливість поєднати відпочинок з процесом пізнання побуту, культури, історії, традицій інших народів, що розширює світогляд людини, розвиває інтелект, допомагає краще осмислити соціальні та політичні реалії, а це в свою чергу сприяє процесу порозуміння, налагодження дружніх відносин між народами, перетворенню ще «закритих» суспільств на більш відкриті, що спонукає знов-таки до розвитку туристичного обміну, вмикається внутрішній культурний комунікативний діалог, тобто туризм у своїй «дипломатичній іпостасі» виконує у сучасному світі інтегративну функцію, сприяючи подоланню ксенофобії, непорозуміння, ворожнечі між народами. Зокрема, на початку 30-х років, у охопленій фашистськими ідеями Європі провідний німецький географ В. Кристаллер запропонував нову модель розвитку господарства Європи у своїй монографії «Центральні місця в Південній Німеччині» (1933 р.), де закликав розпочати колективні зусилля щодо розвитку туризму в південних країнах Європи, що вважалися периферійними. У відомому сенсі це була економічна програма, проект економічного зростання, але насамперед це була програма ідейно-культурної нейтралізації фашизму. Кристаллер стверджував, що війна і туризм не тільки несумісні, а й альтернативні, бо коли є війна, то немає туризму, а коли є туризм, то немає війни (Christaller, 1996). На жаль, ХХІ ст. теж відзначилося низкою кривавих конфліктів та війн. Сучасні політичні реалії переконують: там, де війна вже немає туризму...

Туризм також заявляє про себе як антиномічне явище, здатне поглибити глобальні протиріччя у туристичних регіонах, де виникає багато проблем: екологічних (забруднення природного ресурсу або навіть його нищення під розбудову туристично-розважальних комплексів), соціальних (монозайнятість, спеціалізація

на сексуальних послугах), економічних (незбалансованість народногосподарського комплексу), що породжено пріоритетним стимулюванням розвитку комерційного/елітного туризму за рахунок соціального туризму для пересічних громадян, що спрямований на рекреацію людини за рахунок доступного пакету туристичних послуг. На сьогодні міжнародний потік туристів є асиметричним, бо спрямований від заможних західних країн до бідніших південно-східних. Тож негативний бік туризму полягає у суперечностях між тенденцією демократизації суспільного життя і елітаризацією готельних та екскурсійних послуг, між інтернаціоналізацією туристичних зв'язків і певною національною відмежованістю окремих регіонів (так званих «закритих суспільств»: Афганістан, Іран, КНДР), за рахунок компактного розташування туристичних центрів у країнах, що позначається на регіональному розвитку. Тож зростання комунікативної поліфонічності туризму ставить на порядок денний потребу у розробці наукового підґрунтя гармонізації туристичної активності.

Вирішенню проблеми соціальної комунікації сприяє соціологія туризму, що здійснює своєрідний моніторинг стану суспільних відносин, на які впливає туризм. Стан справ у цій галузі перебуває на порядку денному ООН від 1946 р. (практично з початку її створення). У межах ООН було створено Економічну та соціальну Раду — ІКОСОС (Economic and Social Council) 1946-1976 рр. У цей період відбулася важлива подія — конференція ООН з міжнародного туризму та подорожей (Італія, Рим, 21серпня - 5вересня1963 р.) Резолюція саме цієї конференції стала першим документом в історії туризму, де було надано першу дефініцію світового туризму: «Туризм є однією з основних і бажаних сторін діяльності людини, що заслуговує на схвалення та заохочення з боку всіх народів і урядів; туризм має велике соціальне, освітянське та культурне значення, він відіграє значну роль у розвитку доброї волі і взаємовідносин між країнами та збереженні миру» (Федорченко, 2001, с. 15-16). Римська конференція рекомендувала урядам виключати в межах галузі туризму будь-яку кампанію наклепів або дискримінації, заснованої на релігійних, расових або політичних міркуваннях. У 1969 р. в Софії (Болгарія) проведено I міжурядову конференцію з туризму, яка прийняла резолюцію «Про створення між-

урядової організації по туризму» на підставі резолюції ООН (від 5 грудня 1969 р.). Ця організація з 1973 р. дістала назву Всесвітня туристична організація (ВТО-World tourist organization, хоча офіційна дата її створення — 02.01.1975 р. — введення в дію статутних документів. Відтоді ВТО протягом десятиліть розробляла нормативну базу туристичної діяльності та туристичної активності.

Готуючись до III тисячоліття, ВТО розробила і 1 жовтня 1999 р. прийняла (на XIII Генеральній Асамблеї) у м. Сантьяго (Чилі) *Глобальний етичний кодекс туризму*, який, спираючись на попередні документи, декларує нове мислення, що віддзеркалює зміни у людському співтоваристві на зламі тисячоліть, відповідно до розуміння нових правил існування людства за умов взаємозалежного світу. Цей універсальний документ закріплює три провідних положення про те, що:

- туризм — це сфера, що використовує культурну спадщину людства і робить свій внесок у її збагачення;
- туризм — це діяльність, вигідна для приймаючих країн та співдружностей;
- туризм — це фактор стійкого розвитку (Федорченко, 2001, с. 22–23).

Акцентований інтерес до теоретичної рефлексії туризму спостерігається ще з 30-х рр. ХХ ст. (в працях Небеля, Фостера, Фарбера, Різона пропонується осмислення психологічних мотивів подорожей, містяться міркування про ідеологічну та історичну природу дозвілля). В 70-х — 90-х рр. починають діяти спеціалізовані науково-дослідницькі центри туризму, світ побачила низка фахових видань: «Journal of Travel Research», «Annals of Tourism Research», «The Journal of Tourism Studies». Проблематика туризму, в тому числі у її гуманістичному аспекті (що має особливе значення), активно розробляється в працях антропологічної асоціації «Соціологія міжнародного туризму». Створена Міжнародна академія туризму (Монако) приділяє посилену увагу проблематиці понятійного апарату туризму, туристської лексики і фразеології, уніфікації та перекладу туристичних термінів та текстів. Різноманітні аспекти теоретичної рефлексії туризму представлені у східноєвропейському просторі насамперед у публікаціях Інституту туризму (Варшава), а в Україні — на базі КУ(І)ТЕП (В. Пазенок, В. Федорченко та інші).

### Філософський дискурс туризму.

Бурхливий розвиток явища туризму за короткий проміжок часу від кінця XIX ст. сприяв його означенню як «феномен XX століття», про що вже йшлося. Феноменологія є філософським напрямом, започаткованим Е. Гуссерлем на початку XX ст. Тож правомірним є постановка питання про філософію туризму, що виступає як соціально-філософська феноменологія. Новітня гуманітаристика постмодерністського типу, проголосивши плюралізм у якості критерію та методологічної засади, тим самим відкрила шляхи для досить довільного витлумачення змісту будь-якого утворення теоретичної думки, надавши принципу інтерпретації пріоритетного статусу<sup>5</sup>. Сучасна філософія як стиль мислення (філософствования) прагне якомога щільніше наблизитися до масової свідомості, тому вживання філософських визначень до різноманітних реалій людського життя та діяльності суттєво розширилося (Пазенок, 2001, с. 24-26). На часі постає та актуалізується практична спрямованість філософії, відроджується гуманітарний неопрагматизм, життєстверджуючий індивідуалізм, так звана «філософія ділової людини». Особливо це стосується такої галузі філософської теорії, як соціальна філософія. Філософія туризму, як і будь-яка інша теоретична рефлексія, прагне насамперед з'ясувати сутність туризму у понятійний спосіб, представити її категоріально, концептуально. Це досить складне завдання, адже туризм одночасно виступає в багатьох іпостасях: як 1) найдинамічніша галузь світової економіки, як 2) система подорожей та екскурсій, як 3) форма рекреації (відновлення), заснованої на антропо-екологічній парадигмі, як 4) суспільна сервісна сфера гостинності, як 5) захоплює хоббі (Пазенок, 2005. С. 20).

У цьому контексті цілком правомірна проблема «філософії туризму», що виступає як важлива складова більш загального питання — створення теорії туризму або *туризмології* — специфічної соціо-економічної або соціо-гуманітарної дисципліни, яка має синтетичний характер і характеризується розгалуженими міждисциплінарними зв'язками (Пазенок, 2005, с.15). Отже, об'єктом пізнання філософії туризму є туризм як багатовимірний феномен. Поряд

<sup>5</sup> Зокрема, культурологиня Олена Колесник запропонувала 2019 р. науковий напрям «культурологічна інтерпретологія» на підставі розробленої теоретико-філософської концепції.

існують терміни «туризмографія», «туризометрія», «туристика», «туризмознавство», які, на перший погляд, здаються синонімами на позначення одного й того самого явища. Проте існують суттєві розрізнення. *Туризмознавство* — найзагальніше поняття, що охоплює будь-яке знання про туризм: теоретичне і практичне, загальне і часткове, абстрактне і конкретне — від історії туризму до його менеджменту і готельних технологій. *Туризмографія* — це письмово фіксовані свідчення про туризм: описи, зводи, розповіді-наративи, щоденники та інші зразки епістолярного та белетристичного жанру, які створюють живу панораму явища. *Туризометрія* — відбиває можливість математично замірити туристичну діяльність, підрахувати туристичні потоки, надати статистику економічної та соціальної ефективності туризму (Малачли, 2019).

Поняття «туризмологія» є найбільш вдалим, що в концептуально сконденсованій формі відображує явище туризму: по-перше, — це поняття відповідає науковій традиції теорій, які ґрунтуються на знанні закономірностей свого об'єкта. По-друге, воно наголошує на фундаментальному характері того знання, яке воно репрезентує. По-третє, туризмологічні концепти (поняття, які функціонують у режимі розуміння-пояснення) забезпечують створення логічної теорії туристичної діяльності, яка, в свою чергу, є міцною базою практичної діяльності професіоналів від туризму.

Одним із чинників, який стимулює створення туризмології, є тенденція перегляду розуміння туризму як суто «індустрії подорожей та відпочинку», надання цьому розумінню культурно-пізнавального виміру, а це передбачає наголос на світоглядне, інтелектуальне, етичне, комунікативне значення туризму як специфічного соціального інституту і феномена загальнолюдської культури. В цьому аспекті головним об'єктом туризмознавства є не інституції (готелі, кемпінги, турбюро), а людина, що подорожує — *Номо віатор*, яка здатна не лише споглядати та «споживати» світ (у тому числі у варварський спосіб), а милуватися ним, засвоювати багатства природи і культури, перетворювати здобуті знання і враження у надбання власної духовності.

Наведені іпостасі туризму достатні, щоб охарактеризувати туризм як багатоаспектний соціокультурний феномен, і жодна соціогуманітарна наука не здатна повністю і вичерпно охаракте-

ризувати його як предмет своїх досліджень. Отже, теорія туризму (туризмологія), яка перебуває у стадії становлення, має у системно-структурному вигляді відобразити феномен туризму загалом, усі його складові.

### Туризм у культурологічному вимірі.

Як географія об'єдналася навколо поняття «територія», так і туризмологія об'єдналася навколо поняття «подорож». Подорож є одним з ключових понять людської екзистенції. Вся історія людства — це один безперервний кочовий епос, де люди є номадами у просторі Всесвіту. Життя окремої людини є власне подорожжю до смерті, отож подорож є метафорою людського існування (етимологія слова «подорож» означає «дорожити дорогою»). Хосе Ортега так висловився з цього приводу: «Дорога з граничною силою виявляє як скороминущі наші зв'язки зі світом. Ми ковзаємо по його поверхні і світ обтікає нас моментально, все в ньому миттєвість нас самих» (Філософи, мислителі про туризм...2005, с. 304). Хоча подорожі завжди пов'язані з клопотами та незручностями (бо людина здебільшого живе у зручності повсякденного), вони здатні вгамувати внутрішні людські сумління: почуття обов'язку перед собою та іншими, роздуми про сенс буття, нав'язливі стани тощо. Тоді подорож стає формою *ескапізму* — спробою втечі від обтяжливої буденності з її запрограмованим абсурдом, від реального до бажаного. Подорожує той, хто хоче позбутися самотності, покинутості, як і той, хто хоче, бодай тимчасово, зректися свого середовища, розчинитися у враженнях, юрбі, пригоді (бо подорож — це завжди тимчасове зникнення із звичного плину життя, що зближує її з вільною грою). Недаремно етимологічно шукач пригод здавна позначений через код подорожі як «пройди — світ», той, хто мандрує світом. За Туаном, ескапізм характеризується через категорію простору — виступає як певний маркер людяності, що означає втечу зі світу природи (реального) до світу культури (умоглядного/уявного) (Tuan Y-F, 1998).

Тож, наголошуючи на теоретичних критеріях та соціальних аспектах феномену туризму, не можна оминати історію становлення туризму як *культурної практики*, починаючи з етапу мандрівництва. Подорож, мандри, проща — це великі та універсальні культурні форми, котрі як містять у собі все розмаїття людського

буття, так і самі по собі є його яскравим та незбагненим проявом: «Мандри є кінетичним епосом людства» (Заблоцький, 2005, с. 78). Освоєння світу усвідомлюється як дорога. Невипадково на небі людина позначила космічний дороговказ — *шлях* (Чумацький шлях). Отже шлях, дорога це метафори, що визначають «надприродну» сутність туризму як перманентного переміщення (тривалого чи короткочасного) людини протягом життєвого циклу. Кожна людина має спогад з дитинства — намір дійти до обр'ю (небокраю), котрий начебто поруч, за пагорбом, проте щоразу по наближенні віддаляється, залишаючи екзистенційне усвідомлення нескінченності світу. Подібна ситуація пояснюється у термінах ексцентричності людського існування. Тварина розчинена в «тут і тепер», вона живе центрично; людина також живе у чітко окресленому просторі, проте вона пригнічена своєю центричністю, тому завжди її переступає (у мріях та думках прагне безмежності, переміщення з «тут і тепер» до «там і ніде»).

У міфологічній свідомості шлях — це не тільки провідна комунікація, яка пов'язує центр (облаштований космос) із периферією (хаосом потойбіччя), або ж «свій-чужий» простір. Протягом подорожі культурний герой завдяки доланню перешкод, зустрічам на шляху, чарівним випробуванням змінюється (проявляє свої латентні якості та здібності) на кшталт: був блазнем — став багатирем. Також він залучає різновияви порубіжного хаосу (які здобув у Тридев'ятому царстві разом з чарівними артефактами) до космізованого культурного порядку (куди він їх переніс — до власної оселі, ставши розумним, багатим, статусним, одруженим). Отож будь-яке мандрування символізує самоздійснення людини як культурної істоти. З цього приводу скіфський цар Анахарсіс так засвідчував свій намір (у 9 томі «Історії» Геродота): «Я приїхав у еллінську землю, щоб навчитись тутешнім звичаям, золота мені не потрібно, достатньо повернутися у Скіфію, ставши краще ніж я був» (Філософи, мислителі про туризм... 2005, с. 297)

Поняття шляху вживається як синонім перешкод, випробувань, втеч, розваг, насолоди та гри — неодмінних компонентів туристичних пригод. Постійний неспокій, рух до незнаного чи не найхарактерніша ознака європейської культури. Невипадково Дені де Ружмон втіленням європейця у світовій літературі вважає

Одіссея-Улісса, головного героя гомерівської «Одіссеї»: «“Одіссея“ — це безперервна подорож до первинної та вічної мудрості, до рідної країни Ітаки, це захоплюючі мандрі, це довге блукання. Все в епопеї відбувається так, немовби мудрий та хитрий Улісс (Одіссея) потайки віддавав перевагу подорожі, а не власній оселі, випробуванням, що чекали його дорогою, а не щасливому завершенню мандрів, безперервному ризикові, а не спокою біля Пенелопи» (Ружмон де, 1998, с. 86).

Мандрівка — це метафора репрезентації образів у пам'яті, яка триває до смерті людини. Не буде великим перебільшенням стверджувати, що оповідання про подорож — це «метажанр» літератури (Заблоцький, 2005, с. 78), бо про щоб не розповідав автор (чи твір), він завжди розповідає про подорож (класичні зразки: від «Одіссеї», «Енеїди», китайського твору VII ст. «Проща на Захід», шедеврів Т. Готье, Г. Гессе «Проща на Схід» до сучасної фантастики Р. Желязни «Знаки дороги», де Дорога як квінтесенція твору та його головний герой, розтягнута поміж світами у часі та просторі. Тому-то подорож у своїй глибокій метафізиці є *ритуалом*, постійним відтворенням міфу про повернення. З цього приводу письменник-фантаст Станіслав Лем стверджував: «Люди подорожують у космос не для того, щоб зустріти щось неземне, а заради того, щоб знайти самих себе» (Філософи, мислителі про туризм... 2005, с. 302). Подорож — найкращий спосіб отримати, створити власну самобутню біографію, вплітаючи своє життя у природні та культурні ландшафти, збагачуючи враження, набуваючи досвіду, якого потім вистачить надовго. Шлях та дистанція необхідні для саморефлексії. Не випадково подорожують письменники, художники, композитори, вчені, отримуючи таким чином натхнення та науковий матеріал. Приміром, життєвий шлях такого самодостатнього інтроверта, як Г. Сковорода, тривав у форматі мандрів, що було підсумовано сентенцією «Жизнь наша есть путешествие» (Сковорода, 1961, с. 363). Це ж саме спостерігаємо у М. Гоголя як його славнозвісний «мандрівницький невроз». З огляду на його листування (вперше опубліковане Вікентієм Вересаєвим «Гоголь у житті») видно, що тема шляху у нього загострюється завдяки напруженому світоглядному самовизначенню як «пошук місця у світі». Подорож приносить йому розраду, як це засвідчує сам М. Гоголь

у листі до М. Погодіна, де він пише, подорожуючи Палестиною: «Шлях — мої єдині ліки» (Табачковський, 2005, с. 96). До речі, дорога є провідним контекстом монументального твору письменника «Мертві душі», саме з «ресорної брички», що котиться імперськими дорогами, зав'язується сюжет монументального твору.

Отже, можна погодитися з Мерабом Мамардашвілі, який стверджував: «Топологія шляху — це універсальний архетип людського світосприйняття» (Філософи, мислителі про туризм... 2005, с. 302). Таким чином, людина подорожує скільки існує, вона й існує як людина переважно тому, що подорожує, адже характерною рисою Homo sapiens, як стверджують антропологи, був потяг до пересування як осмислення цікавого та нового, а не тваринний пошук істивних ресурсів, яких ще було в надлишку навкруги. Подорож є надбанням більш розвиненого людства як ознака цивілізації, коли стають наявними значущі та усвідомлювані відмінності у культурі та способі життя, адже впорядковані торовані шляхи — це атрибут і ознака цивілізованого стану людства. Дослідження подорожі має по-справжньому критеріальне значення для ступеня закритості-відкритості культури, рівня її терпимості, щодо якоїсь відхилень (девіацій) від звичайної норми. Кожна культура так чи інакше асимілює, піддає осмисленню досвід подорожей або зачинається від небезпеки, якою загрожують мандрівники (свої або чужі) самим фактом свого існування (середньовічна Японія, Китай), або вбудовує мандрівницький досвід інших у свій культурний генотип як необхідний елемент (Греція, Рим, Візантія, Італія доби Відродження). У формі подорожей (нехай їх здійснюють шукачі пригод, торгівці або натхненні місіонери) знаходить свій яскравий прояв потяг культур до експансії, саме так проявляє себе необхідний механізм формування та розширення культурного (соціального загалом) простору. Саме так європейці відкрили й реалізували Америку як цивілізаційний проект. Тож суто *культурологічний вимір* туризму полягає у практичній реалізації культурної діяльності.

Туризм — культурна практика в межах *комунікативної культури*, яка є наскрізною складовою культурних процесів, що відбуваються у суспільстві. Комунікативна культура виступає структурним алгоритмом спілкування як діяльності на різних

планах/сферах міжособистісної комунікації, у тому числі як сукупність усталених перцептивних параметрів серед носіїв різних етнічних/ громадянських ідентифікацій. У комунікативному процесі розрізняють адресата, адресанта, канал зв'язку, код, знакову систему, повідомлення, його текст, шум, сприйняття і розуміння тексту з боку адресата, а також культурно-комунікативний контекст та взаємини між учасниками комунікації (Лях, 2001, с. 128). У міждержавних стосунках існує ймовірність викривлення/ неадекватного сприйняття по кожній з наведених позицій, чому можна запобігти в умовах неформального/пізнавально-позитивного спілкування, що функціонально забезпечує туризм. У контексті розвитку туризму комунікативна культура виступає системоутворюючим чинником за умов глобалізованого світу. Поняття «комунікативна культура» не тотожне поняттю «культура комунікації», бо в останньому випадку йдеться про моральний рівень спілкування, взаємообмін інформацією та взаємодію суб'єктів (Мусієнко, 2006, с. 7).

Окремо можна розглядати питання *туристичної субкультури* як стилю життя і мислення окремих соціальних груп усередині суспільства. Зокрема, за часів СРСР така субкультура стихійно складалася як опозиція офіційній радянській ідеології. Їй був притаманний специфічний бардівський фольклор, що обігрував ідею ескапізму — втечу адептів від буденності або тиску державних структур з рюкзаками за спинами. Політично-дисидентська складова, характерна для радянських туристів — внутрішніх відлюдників або дисидентів, уже відійшла у минуле. Проте «туристична субкультура» як спосіб життя залишилася, хоч і зазнала соціокультурної трансформації. Дотепер деякі заможні люди, що можуть дозволити собі будь-який туристичний сервіс, обмежуються відпочинком у наметах, подалі від цивілізації у колі усталених груп однодумців, реанімуючи у такий спосіб ідеали та відчуття молодості. Адже туристична екзистенція є позитивним переживанням дійсності. Люди, які мандрують, апріорі не беруть участі у військових або соціальних конфліктах, забувають про негаразди та невдачі, а прагнуть відпочити, оздоровитися, пізнати нове і цікаве, розважитися.

Чим, з іншого боку, користуються крійтори від туристичного бізнесу за сприяння симулятивних практик. Не можна не зважати

на те, що універсалізація туризму відчутно спричиняє певну девальвацію самобутньої національної культури. У межах туристичного бізнесу насаджуються стандарти масового туристичного ринку, коли організатори туризму несвідомо ведуть до «розчинення» унікальних культурних зразків і сприяють витвору штучних культурних артефактів, які подекуди набувають відверто маскараднокарнавального характеру (на кшталт української «шароварщини», російського «матрьошніцтва», експансії «макдональдської» кухні тощо). Автентичність стала метою туристичних пошуків (побачити справжнє поселення бедуїнів з циновками і верблюдами у єгипетській пустелі або гуцульській хутір в Україні з трембітами та кошарами), що провокує туристичну галузь не стільки до збереження артефактів, скільки до їх імітації. Цікавою в цьому аспекті є робота Дж. Куллера «Семіотика туризму», яка розкриває, що бачити світ означає опанувати кожну культуру з її знаками, тож туристи завжди зайняті в семіотичних проєктах, «прочитуючи» культури, місцевості та пейзажі. Вони не шукають реальної дійсності, передовсім їх цікавлять знаки реальності, що вони колекціонують у своїх фотоальбомах, фіксують на відеокамерах та перевозять у валізах (Culler, 1981). Зважаючи на це, професіонали від туризму прагнуть організувати вірні знаки, створюючи маркери (листівки, емблеми, брошури, сувеніри) визначних місць. Використання історії («минуштини») також стає дієвим шляхом для перетворення місцевості на об'єкт туристичної уваги через створення турів «по місцях». Навіть непривабливий/непримітний шматочок землі може стати визначним, якщо його торкнеться якась історична подія; історія стає шляхом моделювання історичного місця, часто через міфологізацію об'єкта та події.

Адже туристична подорож полягає у переміщенні не тільки у фізичному просторі, а передовсім у культурному середовищі шляхом безпосереднього контакту з реаліями іншої культури, при тому, що турист залишається представником власної культурної традиції. Подорож в інше соціокультурне середовище — це *вертикальна* мандрівка, а в межах свого власного — *горизонтальна* (Горський, 2001, с. 66). Проте кордони країн не завжди співпадають з культурними межами (наприклад, подорож для етнічного єврея з Києва до Ізраїлю, або етнічного українця з Канади до Львова виступає як го-

ризонтальна мандрівка.) Варто визнати залежність власного мислення від стереотипів своєї культури, від специфіки особистого соціокультурного досвіду. Процес сприйняття та оцінювання культурних феноменів включає окрім приписування певних значень і нашу позицію. Тому в культурології існує поняття культурного релятивізму, яке означає розуміння культури з точки зору її носія. Розрізняють дві точки зору «інсайдера» (зсередини) та «аутсайдера» (зовні). Компліментарність (поєднання) поглядів учасника та спостерігача на кшталт «я поїду до вас із своїм ракурсом бачення, аби познайомитися із вашим», — спонукає до цілісного сприйняття культурних артефактів, що стимулює міжнародний туризм. Міжнародний туризм, в якому беруть участь мільйони людей, сприяє взаєморозумінню і взаємопізнанню, у тому числі, передовсім в сфері культури, забезпечує комунікативність та єдність нашого «розірваного світу».

### **Історія та хронологія туристичних практик.**

Проблема історії туризму та етапів його розвитку стала предметом наукового дослідження й знаходиться на стадії розробки стосовно критеріальності (Мальська та ін. 2016). Аналізуючи історичний шлях людства, дослідники намагаються дати відповідь на запитання, коли сформувалося таке суспільне явище як туризм і що можна вважати початком його існування. Загально відомо, що з давніх часів людина прагнула опанувати навколишній світ, засвоювати або завойовувати нові землі, прокладати транспортні шляхи, розширювати торгівлю. Впродовж століть одним з основних джерел отримання інформації про країни та землі були мандрівки та подорожі. Практично до XVIII ст. мандрівники-аматори супроводжували військові експедиції, дипломатичні або релігійні місії. Безперечно, до числа найбільш давніх мандрівників слід віднести, насамперед, торгівців та паломників.

Ще за ранніх часів існування християнства був звичай відвідувати «Землю Обітовану», де Ісус Христос, Син Божий, народився від Діви Марії, страждав та був розп'ятий Понтієм Пілатом, воскрес із мертвих і вознісся на небеса. Миряни, котрі відвідували «Землю Обітовану», приносили «паломи» — пальмове віття, що з давніх часів було символом «оази», місцем відпочинку та наявності життєдайної води. З часом цих мирян з паломниками почали називати

«паломниками». Згодом також почали називати паломниками усіх, котрі мандрували святими місцями. В місцевостях, розташованих на шляху до Палестини виникла послуга професійних провідників, які отримували платню за супровід і передавали один одному групи паломників. Постає питання, чи можна вважати ці подорожі туристичними в сучасному розуміння концепту «туризм», з огляду на те, що й досі немає загальновизнаного критерію цього поняття, проте має місце його стратифікація як «туристична діяльність» та «туристична дія» (або активність). Туристська діяльність — це, насамперед, *професійна діяльність*, суб'єктом якої є економічні агенти — туристичні підприємства, а об'єктом — споживач виробленого цими підприємствами продукту, тобто турист. Втім турист — це не професія, а радше аматорство, що не виступає джерелом існування туриста, скоріше — навпаки. Тому для позначення діяльності саме туриста використовується туристська дія або туристська активність. У такому разі турист виступає вже суб'єктом дії, а не її об'єктом (Пархоменко, 2001, с.45). Отже, будь-яка діяльність, позбавлена вищезгаданих рис не може трактуватися як туризм.

Тому-то перші мандрівки та подорожі не можуть вважатися власне туризмом з огляду на те, що вони переслідували політичні та економічні цілі, релігійну мету, отже інші цілі. Тож лише поодинокі випадки можна умовно вважати як початок туризму за метою та організаційною формою здійснення, зокрема практику супроводження груп паломників та хрестоносців, яка існувала у Середньовіччі (професійні провідники до Святої землі — Палестини, Єрусалима). Лише окремих мандрівників та подорожі можна лише визначити як прообраз майбутнього туризму з яскравим пізнавальним аспектом<sup>6</sup>. Початком власне туризму вважають ХІХ ст., бо з розвитком індустріального суспільства, появою залізничного транспорту та пароплавства створюються нові умови перетворення стихійного мандрівництва на організований туризм. Як відомо, Велика Британія була однією з перших країн, у яких перемогла буржуазна революція і почав розвиватися капіталізм. Первісне

<sup>6</sup> Уславленими мандрівниками стали Афанасій Нікітін («Подорож за три моря», до Індії); Гільом Рубрук («Подорож до східних країн», до Монголії, Китаю); Марко Поло («Книга», до Китаю); Васко да Гама (до Індії), якому відомий тогочасний поет Луїс Камоєнс присвятив свою поему «Лузіади» (1556 р.) — оповідь про мандри, створена на взірць «Енеїди» Вергілія.

накопичення капіталу пов'язане із колоніальною торгівлею, був сформований потужний ринок найманої сили із колишніх селян, позбавлених засобів виробництва, а відсутність абсолютизму гарантувала невтручання політичних структур у розвиток виробництва та вільну конкуренцію. Не дивно, що саме тут виникли перші туристичні організації, які згодом поширили свою діяльність за межі країни. Слова «турист», «туризм» з'являються в англійській мові на початку XIX століття. Словник Вебстера (Dictionary, 2024) тлумачить слово «турист» так: «one that makes a tour for pleasure or culture»<sup>7</sup>. Саме в Англії виникає новий засіб пересування — залізниця, котрій завдячує своєю появою явище туризму. Гірський інженер Ричард Тревітак у 1804 р. запропонував використовувати паровий двигун задля пересування візків по рейках і перша залізниця постала як атракціон (1808 р.), коли біля Лондона по колу на дерев'яних рейках пересувався паровоз з відкритими вагончиками із написом «Доженіть мене, хто зможе» (швидкість = 8 км за год.), де перебувало 70 пасажирів. Проте перша громадська залізниця була побудована Джорджем Стефенсоном вже 1825 р. між Ліверпулем та Манчестером, швидкість пересування досягла 48 км/год. Оцінив залізницю як засіб пересування у річці розвитку туризму легендарний голова квакерського «Товариства тверезості» Томас Кук.

Прийнято вважати, що початок розвитку сучасного туризму датується 1841 роком, коли Томас Кук організував першу туристичну поїздку потягом для 370 членів «Товариства тверезості» з м. Лестеру до Лафборо, адже спочатку туризм мав на меті пропаганду та практику тверезого способу життя, тому у вагонах подорожжучим було запропоновано чай з печивом<sup>8</sup>. У 1851 р. використовуючи можливості перевезення потягом великої кількості людей

<sup>7</sup> «Турист — той, хто здійснює подорож заради задоволення або зацікавленості». В українській мові термін «турист» вперше живив І. Нечуй-Левицький із поясненням: «турист, тобто подорожжучий».

<sup>8</sup> Проблема алкоголізму з юнацьких років хвилювала Томаса Кука — переконаного протестанта і проповідника, що опублікував декілька брошур про шкідливість алкоголю, а у 25 років прийняв обітницю тверезості. Його боротьба з пияцтвом доходила до фанатизму: він організовував антиалкогольні збори і маніфестації, видавав журнал «Щомісячний вісник тверезості», пропагував відмову від алкоголю серед дітей. А вже від XVIII ст. британське законодавство заохочувало перегонку спирту в домашніх умовах, щоби протистояти імпорту іноземного бренді. Тому робочі класи суспільства масово спивалися, споживаючи дешевий саморобний алкоголь після годин важкої праці.

(саме він висунув гасло «залізниця для мільйонів!»), Кук організував поїздку 165 тис. осіб на Першу міжнародну промислову виставку до Лондона. Уже в 1854 році у Великобританії вийшов в світ перший туристичний *довідник*, що містив відомості про 8000 готелів, а в 1855 році Т. Кук організував першу *закордонну* поїздку туристів на всесвітню виставку в Парижі (де експонувалася Ейфелева вежа), а з наступного року — до інших європейських держав, згодом (з 1866 р.) він почав відправляти на круїзних судах групи англійських туристів до США. А в 1882 р. відбулася перша *навколосвітня подорож* Кука. Отже, ім'я Т. Кука вписано золотими літерами в історію світового туризму як його зачинателя. Слід зазначити, що очолювана ним туристична організація приділяла туристичним поїздкам значну увагу. Її діяльність не обмежувала тільки укладання договорів із залізничними та пароплавними компаніями, готелями та ресторанами. Вона уважно вивчала попит, складала маршрути поїздок і програми перебування туристів, тобто займалася маркетингом і менеджментом туризму. Т. Кук почав розробляти паломницькі маршрути до Палестини і навіть екзотичні до Криму та Кавказу. Навіть сам проїзд залізницею був організований як туристична подорож. Так, у 1883 р. від Паризького вокзалу вирушив незвичайний потяг до далекої Румунії, де було передбачено два спальних вагони, вагон-ресторан та вагон для курців. По прибутті туристів прийняв сам король Румунії Кароль. Так було здійснено перший рейс славнозвісного «Східного експресу». Подібна діяльність набуває поширення і в інших країнах, де виникають туристичні організації (клуби, товариства), в тому числі і в Росії та Австро-Угорщині, до складу яких входила в той час територія України. Активно використовувала туризм європейська соціал-демократія, котра створила у Відні (1895 р.) організацію «Друзі природи» (поширену в Австрії, Німеччині та Швейцарії), яка вивозила робітників великих заводів та фабрик із сім'ями на «маршрути вихідного дня» по пам'ятних місцях країни. Німецька молодь на початку ХХ ст. об'єднується у спілку «Перелітні птахи», подорожуючи пішки видатними місцями Німеччини, проводить краєзнавчі дослідження та співає біля вогнища патріотичних пісень. Таким чином, туризм виокремлюється в окрему галузь культури та діяльності, а також стає частиною європейського способу

життя. Досліджувати туризм як особливий науковий напрям розпочали наприкінці XIX ст., коли він активно почав впливати на суспільство і суспільні відносини. У 1905 р. було опубліковано працю австрійського дослідника Дж. Страднера «Туризм» (Tourism. One economic study), яка стала класичною для нового наукового напрямку, де вперше сформульовано предмет дослідження й порушено проблему туристичного районування. А 1907 р. Р. Юст захистив першу дисертацію з проблем туризму, що започаткувало напрацювання туристичної термінології, яка є базисним елементом будь-якої науки. Також основні шляхи і тенденції у розвитку теорії туризму відображено появою і діяльністю навчальних закладів, які вважаються первісними створювачами та носіями теорії туризму. Зокрема, 1929 р. в Берліні утворено Дослідний інститут з туризму (Institut für Fremdenverkehrsforschung), який очолив Р. Глюксманн, автор першого наукового видання з туризму «Archiv für den Fremdenverkehr» («Архів з туризму»). Таким чином, можна констатувати, що Європа не тільки стала колыскою туризму, але й започаткувала науку про нього (Vasylchuk, 2022, с. 40,41).

Найбільш інтенсивний розвиток туризму припадає на 2-гу половину XX ст., коли він стає повсякденною нормою життя сотень мільйонів людей планети та отримує титул «Феномен XX ст.». Економічне відродження після II світової війни у Західній Європі відбувалося хвилями: 1) вдосталь наїстися; 2) гарно одягтися; 3) придбати дім та автомобіль; 4) подорожувати світом (Левицька, 2001, с. 78). Недаремно туризм вважають провідною складовою американського способу життя. Отже, в процесі формування *туризму як суспільного явища* слід виокремлювати два основних етапи, що репрезентують історію становлення туризму:

*I період* умовно можна назвати підготовчим етапом («передтуризм»). Він займає хронологічно великий за обсягом часу період від найдавніших часів до середини XIX ст.; на цьому етапі закладалися тільки підвалини майбутнього туризму, який не мав масового характеру і не переслідував суто туристичні цілі. В середині I етапу правомірно виділити декілька універсальних складових, характерних для *європейських країн*:

- мандрівки Античного періоду;
- мандрівки доби Середньовіччя;

– доба Великих географічних відкриттів (Любовець, 2001. с. 94)<sup>9</sup>.

*II період* можна вважати як власне туристичний етап, тобто період безпосереднього оформлення і розвитку туризму як специфічного виду суспільно-економічної та соціально-культурної діяльності. Хронологічно це припадає на середину XIX ст. і триває до сьогодні. Що стосується 2-го етапу, то тут необхідно виокремлювати особливості розвитку туристичної галузі в кожній окремій країні (застосовувати країнознавчий критерій). Відповідно й періодизація буде різною у кожній окремій країні. Отже, на відміну від універсальних складових попереднього періоду складові другого періоду є *локальними*.

Зокрема, за *радянських часів* можна виділити декілька періодів у розвитку вітчизняного туризму. 20-ті рр. XX ст. стали часом активного розвитку туристично-екскурсійного руху. В цей час туризм розглядався головним чином як засіб піднесення культурного рівня народу, тому й організовувалися різноманітні туристичні акції, ініціаторами яких виступали відомі вчені та громадські діячі. В ті часи в Україні було створено й керівні структури в галузі туризму.

Проте з початком 30-х рр. туристичні організації УРСР дедалі більше зазнають ідеологічного тиску з боку партійних державних органів. Поступово відбувається кардинальна зміна ролі туризму в суспільстві, що ідеологізується і спрямовується на всебічне обслуговування політики правлячої партії. З цього часу його основним завданням стає пропаганда історичних звершень радянської влади. Населення позбавлялося можливості вивчати засобами туризму реальну, не заідеологізовану історію рідного краю. У той час, як розроблялися здебільшого міфологічні маршрути по слідах «більшовицької діяльності» партійних лідерів та «партизанськими шляхами» громадянської війни, багато історичних пам'яток було занедбано, наприклад садиба Тарновських в с. Качанівці, палац Розумовського в м. Батурині, садиба Ганських біля м. Бердичева, парковий комплекс Потоцьких в с. Софіївці біля Умані — пере-

<sup>9</sup> Великі мандрівники Васко да Гама, Марко Поло, Христофор Колумб, Америго Віспуччі, Кортез, Магеллан не тільки здобували безцінну інформацію, а й стали знаковими особистостями світогляду нової доби Відродження та Просвіти, переписавши середньовічну *Imago mundi* (картину світу).

давалися радянським закладам у непрофільну експлуатацію, а частину з них свідомо піддавали руйнуванню (культові споруди сотнями тисяч). Саме з цього часу міжнародний туризм був зведений до мінімуму. Крім того, в контексті політики централізації радянських управлінських структур відбулося підпорядкування туристичних керівних органів України Товариству пролетарського Туризму (Товпролтур), створеному в СРСР.

Пожвавлення туристичної діяльності відбувається в післявоєнний період, зокрема у 70-80 рр., що вважається «зірковим часом» радянського туризму (Федорченко, Дьорова с. 87-105). На основі економічного піднесення та відносного покращення матеріального становища населення (завдяки варварській експлуатації нафтових родовищ Сибіру та Каспію) складаються сприятливі умови для розвитку туризму, всі види якого на той момент досить активно і успішно розвивалися. Що стосується міжнародного туризму, то він свідомо обмежувався, тури організовувалися тільки в країни соцтабору, тоді як відвідування капіталістичних країн стало привілеєм партійно-номенклатурної верхівки<sup>10</sup>. Характерною ознакою туристичної діяльності соціалістичної доби було те, що вся туристська інфраструктура перебувала під жорстким контролем партії, профспілкових організацій, що позначалося як на процесі розподілу путівок, так і на визначення змісту екскурсій і різноманітних заходів (обов'язкове висвітлення Продовольчої програми партії на тлі порожніх прилавків у магазинах, Великої Вітчизняної війни у непрофільних музеях тощо). Не зважаючи на це, все ж таки слід визнати, що саме в ті часи туризм, зокрема соціальний, став масовим явищем й перетворився на галузь економіки з розгалуженою інфраструктурою (виникають монополістські організації «Інтурист», що обслуговував капіталістичні країни, «Супутник» — соціалістичні країни, міські Бюро подорожей та екскурсій по території СРСР). Попит переважав пропозицію, що живило органі-

<sup>10</sup> Радянське суспільство було «невійзне» (з анекдотом «де я тільки не був» у сенсі «не був ніде») з перешкодами для виїзду за кордон у вигляді збирання комсомольських та партійних характеристик, обмеженням грошового обміну, перебуванням під неухильним наглядом спостерігачів від КДБ. Виїзд до капіталістичних країн пересічних громадян не лише унеможлиблювався, а й не вітався. Контакти з громадянами інших країн розглядалися як загрозові. Характерним у цьому аспекті є епізод з к/ф «Діамантова рука», зокрема герой (Ю. Нікулін), на думку представників громадськості (Н. Мордюкова), негативно змінився після мандрівки за кордон.

зацію «тіньового» туризму, коли ініціативні громадяни за гроші, тобто в обхід державних туристичних структур, нелегально брали організаційну діяльність на себе: проводили авторські екскурсії (зокрема, по діючих монастирях, місцях, пов'язаних з діяльністю заборонених радянською владою діячів, приміром С. Параджанова у Києві тощо), на власному транспорті заселяли у приватні квартири (адже за радянських часів завжди бракувало місць у готелях для пересічних громадян, які пересувалися приватно, а не організовано). Зрозуміло, що дії «ділків» підпадали під карну відповідальність й закінчувалися для них тюремними термінами у разі викриття. Проте після розвалу СРСР саме вони організували перші екскурсбюро і почали розбудовувати туристичну галузь.

### **Антропологія туризму у модусі класифікації.**

Отож туризм є багатограним феноменом: це і потужний чинник економіки і впливовий соціальний інститут (робочі місця) і сфера культури, що сприяє духовному збагаченню людства і спосіб життя. Проте в яких би іпостасях він не виступав, туризм має надто важливий вимір — *антропний або людиновимірний*. Використання людиновимірного підходу до вивчення туризму дає змогу розглядати його як специфічний вид життєдіяльності людини, що спонукається не зовнішніми щодо людини обставинами, а внутрішніми, пов'язаними з її потребами та бажаннями (зокрема, такий підхід було реалізовано у розробці Глобального етичного кодексу туризму), що зазначив і проаналізував Т. Пархоменко, адже цей аспект досліджує антропологія туризму (Пархоменко, 2001). Під антропологією туризму розуміють комплексну/гуманістичну теорію, яка розглядає туризм як вид людської дії (або активності), метою якої є задоволення потреб людини за рахунок здійснення невимушеної іншими чинниками подорожі<sup>11</sup>. Саме культурно-антропологічний підхід обумовлює видову детермінацію туризму.

У науковій літературі існують різні класифікації людських потреб (т. зв. ієрархічна піраміда Маслоу), що мають умовний розпо-

<sup>11</sup> Уточнення «невимушена» відмежує інші види пересування людей на значні відстані, які є примусовими і не задовольняють власних потреб: інтерновані, полонені, заручники, біженці, військові під час бойових дій, що набуло актуальності за умов російсько-української війни.

діл: 1) *вітальні* потреби (вони ж: матеріальні, фізіологічні, тілесні); 2) *соціальні* потреби, що формуються через спілкування з іншими, через життя в певному соціумі — потреба в самоутвердженні, самореалізації, визнанні з боку інших; 3) *духовні* потреби: інтелектуальні (або потреба в пізнанні), моральні, естетична потреба в трансцендентному обґрунтуванні свого існування (тобто потреба в сенсі свого буття за його межами). Цей розподіл, зрозуміло, до певної міри відносний, бо соціальні потреби нерідко містять у собі духовну складову, а духовні формуються (і реалізуються) за участю потреб соціальних, а часто і під впливом вітальних. Незважаючи на те, що в науковій літературі з туризму переважно застосовується класифікаційний підхід, ми б наголошували на комплексному підході, зокрема, коли йдеться про культурну складову навіть у латентному прояві.

Так, туризм виступає як засіб задоволення вітальних (тілесних) потреб, де головною виступає можливість відновлення фізичного стану людини — рекреаційно-реабілітаційний туризм (оздоровлення тіла). Як це не дивно, але вітальні потреби людини реалізуються й через *екстремальний* (пов'язаний із небезпекою) туризм (спортивний: альпінізм, спелеологія, рафтинг, дайвінг), адже він забезпечує жадане відчуття свободи, гідності (перемоги над стихією, обставинами, самим собою), реанімує прадавні техніки виживання, пов'язані з виходом за межі можливого.

Невід'ємним додатком вітального туризму є ресторанно-харчовий бізнес, що експлуатує вітальну потребу в їжі. У рекламних проспектах для туристів завжди є інформація про специфіку місцевої кухні, ексклюзивні страви та напої, котрі є візитівкою регіону. Наразі виокремлюється як напрям *гастрономічний* туризм: винний (Винний фестиваль «Червене вино» на Закарпатті), пивний («Октоберфест» в Мюнхені), какао-туризм (відвідування шоколадних фабрик, майстерень шоколаду, музеїв шоколаду, фестивалів шоколаду у Львові, Варшаві, Амстердамі), кавовий (фестиваль «На каву до Львова») та інші.

Відпочинок є базовою вітальною потребою, що забезпечує фізичне і ментальне відновлення людини, зокрема у модусі туристичних практик. «Мотиваційна сфера туризму демонструє сьогодні злам стереотипів, зміну типу відпочинку, який формує такий стиль життя, коли потреба у релаксації, вміння відволікатися і відпочи-

вати поєднується з пошуком нового досвіду бачення світу, нового досвіду для своєї креативної діяльності. Якщо раніше людина шукала місце для відпочинку, то зараз вона відчуває, що сам відпочинок — це певний тип життя, а життя — це відпочинок», — зауважує Г. Меднікова. (Меднікова, 2017, с. 35). Тож наразі йдеться про гіперфестивний світ, тотальне освяткування дійсності. З цього приводу Л. Бабушка зазначає: «...фестивність як характерна риса сучасної культури, утримуючи спадкоємність окремих елементів традиційного свята, трансформувалась у феномен тотального “освяткування” дійсності, фестивалізацію, відзеркалюючи глобалізаційні та альтерглобалізаційні інтенції» (Бабушка, 2020, с. 15). За нашим переконанням, турист також виступає репрезентантом сучасної фестивалізованої культури. Зокрема «Homo festivus» виступає як активно діючий репрезентант масової культури суспільства консьюмеризму, в якому сам акт споживання подається як святкове дійство, розглядається дослідницею у різних модусах (Бабушка, 2020, с. 31-51). Проте «Homo viator» діє за схожим дозвіллевим алгоритмом, включаючи ескапізм як втечу до свята від природного буття, що корелюється із соціальними потребами як мотивом до здійснення подорожей.

Проблема у спілкуванні наприкінці ХХ ст. перетворилася на суттєвий чинник міжнародного туризму, коли західне суспільство зіткнулося з проблемою самотності (цю тенденцію в 70-х рр. підмітив американський філософ-футуролог Е. Тоффлер). Статистично було доведено, що збільшення бездітних сімей серед білого населення США спричинило збільшення витрат на мандри. До цієї ж категорії належать літні люди, дорослі діти яких живуть окремо. На Заході діє усталена традиція: вихід на пенсію ознаменований навколосвітньою подорожжю. Отже, самотність як стан незадоволеної потреби у спілкуванні є мотивом, який змушує вирушити у подорож, під час якої формується нова (хай тимчасова) спільнота (зв'язки, знайомства, зустрічі), повертається відчуття соціальної активності. Туризм стає чинником індивідуальної надії та сподівання (Пархоменко, 2021, с. 49-50). Водночас потреба у соціальному самоутвердженні реалізується у вигляді мотиву престижу, тобто демонстрування певного соціального статусу за допомогою туризму (дорогі круїзи, 5-зіркові готелі, відповідні розваги — яхти,

акваланги для дайвінгу, гвинтокрили, польоти на повітряних кулях), що засвідчує належність до привілейованої верстви заможних<sup>12</sup>. Чудова атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку і незабутні враження — все це можна класифікувати як подієвий (фестивний) туризм. Головна особливість *подієвого* туризму полягає у безлічі яскравих вражень. Подієвий туризм можна класифікувати за масштабом події (національного чи міжнародного рівня) і за тематикою події: 1) національні фестивалі і свята; 2) театралізовані шоу; 3) мистецькі фестивалі кіно і театру; 4) гастрономічні фестивалі; 5) виставки (квітів, книжкові ярмарки); 6) модні покази; 7) аукціони; 8) фестивалі музики і музичні конкурси (на кшталт «Євробачення»); 9) спортивні події (на кшталт «Олімпіада» тощо). Унікальні тури, що поєднують у собі традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах планети, поступово завойовують дедалі більшу популярність.

Більш віддалено із соціальними потребами пов'язані такі різновиди туризму, як діловий, конгресний (участь у конференціях практикувалася як науковий туризм), освітянський тощо. Проте проблеми, які стоять за цими видами туризму, задовольняються опосередковано, тому що над ними надбудовуються інші види діяльності (комерційна, наукова), через які ці потреби реалізуються.

Духовні потреби, що вимагають від людини туристичної активності, лежать у підґрунті таких видів туризму, як 1) паломницький, 2) духовно-запитальний, 3) культурно-історичний, 4) ностальгичний.

*Паломницький (прочанський)* туризм пов'язаний із релігійними уподобаннями людини (паломництво до місцевостей, пов'язаних з релігією<sup>13</sup>, релігійних подій або до релігійних реліквій, що привозяться/демонструються). Прочанство як явище почалося подорожжю св. Олени (матері візантійського імператора Константина задля здобуття хреста Розп'яття) до Єрусалиму у IV ст. н.е. Проща — це завжди шлях до святої мети або святий шлях: мусульманський хадж, дорога віа де ла Розе на Голгофу, дорога на

<sup>12</sup> Мем про реалії 90-х рр. XX ст.: «Той, хто сьогодні відпочиває на Канарах — завтра буде відпочивати на нарах».

<sup>13</sup> Це можуть бути як архітектурні — монастирі, храми, так і природні об'єкти — гори, річки, озера, гаї, печери.

гору Крох-Патрік у Ірландії тощо. Паломництво як таке припускає деяке умовне «лікування простором», насамперед душі, проте і людини в цілому, з огляду на її непорушну душевно-тілесну єдність.

На відміну від прочанського (уклінного) *духовний туризм* (запитальний) — це подорожі, що здійснюються людиною задля її визначення в питаннях трансцендентних засад свого буття, у тому числі щодо релігії, етичної та філософської культури. Як праобраз можна розглядати подорожі: Мойсея до землі Обітованої, Ісуса Христа до пустелі в Єгипті, до Дельфійського оракула, до монастиря Шаолінь, до старців в Оптину пустинь тощо. Врешті-решт можна зазначити, що засновник першої/світової релігії буддизму — принц Сиддхартха Гаутама теж мандрував у пошуках сенсу життя, поки цей сенс не відкрився йому під деревом Бодхи у гаю Урувелла, де він став Просвітленим Буддою. У такий же спосіб через мандри починалося духовне становлення засновників вчення, що дістало назву «жива етика» — Миколи та Олени Реріхів, а також теософія Олени Блаватської, що напрацьовувалася нею в мандрах.

Близько до цих різновидів стоїть *культурно-історичний туризм*, який спонукається потребою наочно побачити культурно-історичні пам'ятки. Ця потреба виникає, з одного боку, внаслідок здобутих знань, а з іншого — у прагненні здобути нових знань. Важливою складовою мотиву цього виду туризму є естетичне задоволення, отримання позитивних емоцій від спілкування з прекрасним. Естетична складова може взагалі домінувати (подорожі з метою відвідин всесвітньо відомих виставок, театральних вистав тощо).

*Ностальгічний туризм* також мотивується духовними потребами, головною складовою тут є емоційно-почуттєвий стан, який викликається спогадами, що мають важливе суб'єктивне значення для людини (місця дитинства, кохання, сімейної прабатьківщини тощо).

*Екологічний (або зелений) туризм* (популярність здобув під час пандемії ковіду як внутрішній і безпечний), де пропонується проживання на природі в автентичній сільській хаті за традиційним укладом життя, що є своєрідним переглядом антропоцентричної

парадигми в етиці. Тобто від однієї орієнтації на людину та її потреби тут вже має місце переорієнтація на проблеми довкілля. До нього належить краєзнавство із актуалізованою пізнавальною складовою.

Частково наведена класифікація априорі не може бути усталеною, адже сучасний туризм стосується комунікативної культури постмодерну, де задіяно принцип різомі, приміром т.зв. *Чорнобильський* туризм в Україні (до зони відчуження ЧАЕС) може бути екологічним, екстремальним, науковим, ностальгічним залежно від мети і запитів групи.

Це саме стосується порівняно «екзотичних» видів туризму. Окремим і контрастним напрямком виступає *похмурий* туризм, який передбачає відвідування цвинтарів і поховань, місця катастроф (екологічних, техногенних) та інших стихійних лих, що спричинили масову загибель людей. Перші турагентства, що спеціалізуються на похмурому туризмі, почали свою діяльність з організації поїздок до Лейкхерста (штат Нью-Джерсі, США) на місце трагічної загибелі людей у вогні через падіння дирижабля «Гінденбург» 1937 р.

Проте цей різновид туризму має глибокі/історичні витоки презентації. Зокрема, до визначних «похмурих» пам'яток спеціалісти відносять єгипетські піраміди, місто Помпеї, пам'ятний меморіал на місці Всесвітнього торговельного центру в Нью-Йорку. Більше того, практика багатьох спеціалізованих турфірм показує, що дуже часто тури активізуються після ураганів, тайфунів, цунамі, вивержень вулканів та інших стихійних лих. Ще одне з найменувань подорожей по місцях трагедій — *чорний* туризм («Dark tourism»). Термін увійшов до обігу 1996 р., після того, як був уперше застосований в «International Journal of Heritage Studies». У широкому вжитку його використовують після публікації 2000 р. книги «Dark Tourism», написаної професорами Шотландського Університету в Глазго Малкольмом Фоулі і Джоном Ленноном. У цій праці зазначено, що під «чорним туризмом» мається на увазі відвідування місць трагічних подій, приміром подорож до Освенцима, до місць історичних битв (Босворт і Геттисберг), відвідування місць злочинів (Джека Різника в Уайтчепелі) тощо. Тури на місця катастроф, екстремальних ситуацій, публічних страт та ек-

зекуцій отримали назву «disater tour» («тур лих»). Автори окремо наголошують на етичній проблемі, що стоїть перед гідями-екскурсоводами, коли, з одного боку, треба розповісти правдиву історію, з іншого — висловити повагу до пам'яті жертв (Lennon, Foley, 2000).

Мають місце декілька теорій, що пояснюють привабливість чужого горя у площині психоаналізу. Зокрема, фахівці стверджують, що під час відвідувань подібних місць деякі люди не жахаються, а навіть відчують задоволення. Інші переконують, що періодичне занурення у жах є необхідне людині, щоби, звільнившись від страшного видовища, отримати відчуття ейфорії. Вважають, що деяким подобається лякатися, тож страшні моменти чужої трагедії сприяють відчуттю насолоди, «лоскочуть нерви». Особливо це стосується «*готичного*» туризму — відвідин стародавніх замків «з привидами», відьмацьких гір та цвинтарів (Parker, 2020). Проте не заглиблюючись у проблему з боку психології, а розглядаючи її з боку туризмології, варто наголосити, що з виникненням даного напряму треба навчитися суміщати цікавість людей до смерті і інтереси турфірм з повагою до жертв катастроф, що передбачає питання туристичної етики. Окремо в цьому плані варто згадати історію Бабиного Яру.

Територія Національного історико-меморіального заповідника «Бабин Яр» нерозривно пов'язана з історією Києва. Під час нацистської окупації Києва у 1941–1943 рр. Бабин Яр став місцем масових розстрілів окупантами мирного населення і радянських військовополонених: євреїв та циган — за етнічною ознакою, а також партійних та радянських активістів, підпільників, членів ОУН, заручників, «саботажників», порушників комендантської години та інших (Бабин Яр, 2012). Центральною подією в історії Бабиного Яру стали масові акції по знищенню єврейського населення м. Києва 29-30 вересня 1941 р. Подальші розстріли євреїв проходили з 1 до 11 жовтня 1941 року, коли страчувалося єврейське населення з київських передмість і області. У публікаціях надаються різні цифри загальної кількості людей, замордованих у Бабиному Ярі — від 70 тисяч до 200 тисяч чоловік. У 1946 році на Нюрнберзькому процесі наводилася оцінка близько 100 тисяч чоловік, згідно з висновками спеціальної державної комісії для розслідування нацистських злочинів під час окупації Києва. У перші

роки після звільнення Києва Бабин Яр зовні не змінювався. Там місцеві жителі знаходили сліди масових злочинів — обгорілі кістки та речі.

Питання увіковічення пам'яті загиблих постало 13 березня 1945 р., коли Раднарком і ЦК КПУ прийняли постанову «Про спорудження монументального пам'ятника на території Бабиного Яру». Але цей план не було реалізовано із зрозумілих причин. Після війни в СРСР зі «справи лікарів» було продовжено антисемітську кампанію (до того у 1948 р. ліквідовано видатного діяча культури Соломона Міхоелса). У 1952 р. за сфабрикованою за наказом Сталіна справою про антирадянську діяльність Єврейського антифашистського комітету в СРСР було розстріляно 13 підсудних, серед яких були відомі єврейські літератори, що отримало назву — «Ніч страчених поетів» (12 серпня). За доби «пізнього Сталіна» єврейське питання стало нагальним, адже після «справи лікарів» єврейський народ було вирішено виселити до Сибіру, до створеної Єврейської АСР з центром у Біробіджані, чому завадила смерть Сталіна 1953 р. Зрозуміло, що про ушанування пам'яті євреїв, розстріляних у Бабиному Яру, не могло й бути мови за таких обставин. У 1950-х рр. було прийнято рішення засипати Бабин Яр та створити там розважально-паркову зону. Тому Бабин Яр було загачено греблями та замулено пульпою з Петрівського цегельного заводу. Проте 13 березня 1961р. ця пульпа прорвала греблі і затопила велику територію на Куренівці. При цьому загинули сотні киян, без даху над головою опинилося 1,300 тис. (Джулай, 2021). Після цієї події схили й дно яру було заново сплановано, висаджено дерева й кущі, прокладено шосе (шляхом, яким пульпа просувалася на Куренівку у день трагедії). У яру розбито алеї, влаштовано парк, що нівелювали природні обриси Бабиного Яру.

У 1972–1976 рр. неподалік від протитанкового рову, де закатували військовополонених наприкінці 1941 р., був зведений «Пам'ятник радянським громадянам та військовополоненим солдатам і офіцерам Радянської Армії, розстріляним німецькими фашистами у Бабиному Яру». Перед пам'ятником розташовано три бронзові плити з написом трьома мовами (українською, російською та їдиш): «Тут в 1941-43 роках німецько-фашистськими загарбниками було розстріляно більше ста тисяч громадян міста Києва і

військовополонених». Тривалий час цей пам'ятник лишався єдиним монументальним втіленням трагедії Бабиного Яру, проте питання створення історико-меморіального заповідника на його території порушували неодноразово тривалий час. З метою донесення до громадян історії трагічних подій масового знищення нацистами мешканців Києва і військовополонених у Бабиному Яру, для збереження й увічнення пам'яті жертв нацистського терору та Голокосту, проведення музейної, виставкової, екскурсійної та культурно-освітньої роботи комплекс пам'яток в урочищі Бабин Яр у м. Києві постановою Кабінету Міністрів України від 01.03.2007 р. «Про Державний історико-меморіальний заповідник «Бабин Яр» було оголошено Заповідником з віднесенням його до сфери управління Міністерства культури і туризму України. Указом Президента України від 24.02.2010 р., з огляду на велике міжнародне значення діяльності Державного історико-меморіального заповідника «Бабин Яр» щодо увічнення пам'яті жертв Бабиного Яру, йому було надано статус Національного. Наразі У Бабиному Яру міститься комплекс меморіальних артефактів, серед яких символічно-зворушливі — «Менора» (1991 р.), «Пам'ятник розстріляним дітям» (2001 р., у вигляді зламаних дитячих іграшок), «Ромська кибитка» (2016 р.). Проте є такі, що сприймаються відвідувачами неоднозначно, зокрема інтерактивна інсталяція «Кристалічна стіна плачу» (2021 р., за ініціативи Меморіального центру Голокосту «Бабин Яр»<sup>14</sup>).

Аналогічно на базі комплексу пам'яток історії та культури Лук'янівського цивільного кладовища, заснованого 1878 р., було створено Державний історико-меморіальний Лук'янівський заповідник постановою Кабінету Міністрів України від 01.07.1994 р., що став першим музеєм-некрополем. Провідна роль у його організації належить історикіні Людмилі Проценко, яка вважається фундаторкою української некрополістики. Очоливши 1968 р. групу краєзнавців «Київський некрополь», вона стала уособленням цього напрямку, розробивши його теоретико-методологічні засади, а в

<sup>14</sup> Склад спонсорів також викликав неоднозначне ставлення, адже Центр фінансувався, у тому числі російськими бізнесменами П. Фуксом, який знаходиться у санкційному списку України, М. Фрідманом та Г. Ханом, що перебувають у «списку Путіна» Міністерства фінансів США.

1989 р. організувала в Українському товаристві охорони пам'яток історії та культури секцію «Некрополі України» (Подорож у минуле, 2012, с. 18). У 2001 р. заповідник внесено до Держреєстру нерухомих пам'яток України як пам'ятку національного значення. Зрозуміло, що він проводить не лише дослідницьку та охоронну, а й активну екскурсійну діяльність територією Лук'янівського цвинтаря.

Отже, туристичні практики є різнобічними і неоднозначними, такими що повсякчас урізноманітнюються. У кожному різновиді туризму (хіба що окрім сурогатних — фан-туризм, секс-туризм<sup>15</sup>, суїцидальний туризм, що пов'язаний з рухом на підтримку евтаназії у країнах, де цю практику декриміналізовано) присутня культурна складова. Адже після туристської подорожі людина по-іншому, ніж раніше, сприймає інформацію про країни, де побувала. Ця інформація оцінюється глибше, бо реалізовано внутрішній культурний/ комунікаційний діалог, який стає можливим завдяки туристській активності, що йому передувала. Людина, що пізнає світ у такий спосіб, не тільки спостерігає але й особисто розшифровує зміст пам'яток та пам'ятних місць, отже здійснює процедуру герменевтичного розкодування культурних символів. Розуміння світу під час туристичної подорожі переживається екзистенційно, на власному досвіді, а не кількісно-інформаційно, як у наслідку іншого виду діяльності.

### **Туризм через дихотомію глобалізації та національної ідентичності.**

Можна погодитися з В. Судаковою у тому, що «поняття “культурна практика”, як теоретичне відображення універсального фундаменту цивілізованого буття людства, повинне визначатися

<sup>15</sup> До вітальних потреб, які можуть бути задоволені засобами туризму, відноситься також і статеві проблеми, що реалізуються через «секс-мандрівку» і «секс-туризм». Сексуальна мандрівка (мандрівка коханців) охоплює весільну подорож у медовий місяць, яка на Заході є обов'язковим весільним ритуалом, а також «екскорт-туризм» (є престижним для ділової еліти) з виконанням у тому числі і сексуальних обов'язків. А от секс-туризм є безпосередньо туризмом з метою одержання сексуального задоволення, у країнах, які насамперед пропонують такі послуги: Тайланд, Амстердам (район «червоних ліхтарів») тощо. Тож у першому випадку сексуальна потреба є важливою, але не виключною, а в другому - вона є головним мотивом подорожі. Проте даний різновид туризму (з підвидами «гей» та «свінг») корелюється не з поняттям «культурні практики», а скоріше з тілесними практиками.

як основоположна категорія новітньої теорії глобальної культури» (Судакова, 2020, с. 168). Дослідження явища глобалізації розпочав Е. Валлерстайн — один із лідерів ліворадикального суспільствознавства, основоположник світ-системного аналізу, де ставляться під сумнів теорія і практика сучасного лібералізму, зокрема висловлюється критичне відношення до перспективи національних держав («другорядність»), що наразі є питанням дискусійним<sup>16</sup> (Wallerstein, 2004). Втім, у цьому сенсі можна погодитися з «глобалізацією» туристських практик. Головним для подорожуючого туриста сьогодні виступає сила пізнання світу із гаслом «нічого не пропустити», перетворюючи туристичну дію на глобальний світовий ритуал. Тож туризм стає означником сучасної ідентичності, зокрема З. Бауман у роботі «Від пилигрима до туриста або коротка історія ідентичності» прослідковує становлення темпоральної ідентичності від домодерної до постмодерної і надає характеристику типів ідентичності:

- прочанин;
- гульвіса;
- бродяга;
- турист;
- гравець (Bauman, 1996).

Мета «типизованого туриста», який завжди в русі, — новий досвід, бажання різноманітності та новизни. Порівняно зі світом «бродяги» світ «туриста» безпечний та комфортний, структурований відповідно до естетичних критеріїв. На відміну від безхатченка «бродяги» турист має власну домівку. Безпечний спокій будинку спонукає «туриста» до пригод, завжди захопливих, адже йому є куди повернутися. У підсумку все життя обертається на туристичну мандрівку, туристична позиція трансформується в репутацію. Позиція «тут я лише мимохідь, а мій дім там», залишається незмінною, проте простір «там» (дім) віддаляється від будь-яких матеріальних характеристик. Дім віддаляється на небокрай життя, набуваючи дивного синтезу укриття і в'язниці. Адже «турист» насамперед характеризується категорією простору, а простір аж ніяк

<sup>16</sup> Хоча сучасність демонструє, що розкол у національних елітах або між національними елітами і громадянським суспільством у межах національної держави інколи перевищує прагнення до національної інтеграції на базі національної ідеї.

не асоціюється із домом. А ідентичність постмодерну характеризується завданням не зберегти ідентичність, а змінити її. Людина одягає/змінює ідентифікаційний образ, зокрема «прочанина», «туриста», «гравця», «бродяги», «гульвіси» та живе ілюзією, що це і є істинне «Я». У постмодерній версії (Ст. Холл, Т. Хопф, Ж. Деррида, Е. Ляклау, Дж. Батлер, З. Батман) ідентичність є ідеальною метою, а не конкретним результатом. У граїзованому суспільстві, коли жодна реальність не може сприйматися беззаперечно, дискусія ідентичності позиціонується як банальна. Сучасні мас-медіа, що маскують маніпуляції зі свідомістю людини, прагнуть насадити постнекласичну ідентичність, яка відкидає історичну пам'ять, розмиває національну ідентичність, що робить соціум унікальним, пропагуючи ескапізм, який корелюється із туризмом. Проблема ідентичності полягає не в тому, яку ситуативну ідентичність обрати і переконати оточення у правильності власного вибору, а як вчасно зробити інший вибір, якщо перший втратить цінність із будь-яких причин. Таким чином, ідентичність у постнекласичній теорії є радше продуктом вилучення, різниці, ніж ознакою природно твореної єдності. Така квазіадаптація, модель «паралельного існування» конфліктує з колективною ідентичністю, бо заперечує як провідні цілі у суспільстві, так і засоби їх досягнення. Як зауважує з цього приводу Ю. Хабермас: «демократичне громадянство, не самоізолюване партикуляризмом, може прокласти дорогу *статусові громадянина світу*, який сьогодні вже заявляє про себе у широкому політичному просторі» (Хабермас, 2010, с. 359). Земна куля знову має стати віртуально пласкою, а цивілізована людина — «інтелектуальним кочівником» (Spengler, 1991), безрідним і духовно розкутим, немов стародавні мисливці і пастухи за принципом: там, де комфортно, там і батьківщина. Проте ми б не перебільшували проблему розмивання колективної ідентичності, адже процес ідентифікації пов'язано із збалансованим поєднанням індивідуалізації і уніфікації соціокультурних спільнот. Зокрема, наразі підвищується інтерес і увага до кожної культури, але щоб знайти чільне місце в загальносвітовій спільноті, треба усвідомити не тільки свою унікальність, а й свою залежність від інших. Відомий інтелектуал Назіп Хамітов зазначив у цьому аспекті: «Туризм — це спроможність стати людиною іншої куль-

тури, не зраджуючи власній. Це найбільш вишукане вирішення протиріччя між глобалізмом та націоналізмом» (Філософи, мислителі про туризм... 2005, с. 307).

Важливою функцією туристичною діяльності є розширення та зміцнення каналів комунікації між різними соціумами в умовах сучасних глобалізаційних процесів. Туризм, поряд з такими утвореннями та чинниками, як міжнародні організації, торгівля, інформаційні технології зв'язку, діяльність транснаціональних корпорацій, є важливим прискорювальним механізмом глобалізаційних процесів. Жодне суспільство зараз не може і не живе в ізоляції від інших країн. Глобалізація це не залежність одних від інших, а система взаємозалежності всіх. Наразі йдеться про тенденцію планетаризації людства (П. Тейяр де Шарден). Поль Рікер висловився про планетарну цивілізацію в творі «Історія та істина»: «Людство, взяте як одна сукупність, входить в еру планетарної цивілізації, що водночас дає змогу всім досягти гігантського поступу і ставить перед усіма неймовірно складне завдання — як зберегти свою культурну спадщину й пристосувати її до нової реальності» (Рікер, 2001, с. 292).

У XX ст. відбулися докорінні глобальні зміни у світі: небачене прискорення економічного та технічного розвитку, зростання всебічних зв'язків між народами та континентами, наявність новітніх засобів зв'язку та інформації, завдяки яким видатні наукові досягнення, художні твори, нові форми соціального та політичного життя швидко стають надбанням цивілізованого світу. Формування та утвердження глобальної культури людства загалом позначається конкурентним характером співіснування різних культурних практик, яким притаманна власна просторова ідентичність (Судакова, 2020, с. 175).

Проте посилення взаємопроникнення культур, формування загальнолюдських культурних цінностей не означає, що відбувається нівелювання національних культур. Загальнолюдська культура і загальнолюдські цінності — це найкращі форми та зразки культури, створені різними поколіннями певного народу, що стають надбанням усього цивілізованого людства. Причому засвоюються ним не механічно, а відповідно до специфіки світогляду, традицій певної нації.

Значущість національних культур зростає, адже чим більше розвинена національна культура, тим більше вона здатна поповнити скарбницю загальнолюдської культури. А от успішний розвиток національної культури залежить від того, наскільки вона черпає і засвоює прийнятні для неї цінності із культурної спадщини різних культур. Причому ця спадщина все більше інтерналізується. Враховуючи постійну взаємодію культур, російський філософ та культуролог М. Бахтін (на противагу ідеї Освальда Шпенглера) висунув поняття «діалогу» культур. Якщо культури є своєрідними «особистостями», то між ними повинен існувати діалог, що триває віки. Розкриваючи своє розуміння культурних традицій, він співвідносить їх з категорією «великого часу». «Великий час» воскрешає й при цьому безперервно перетворює забуті померлі і поховані у авторській добі — «малому часі» культурні цінності. «Великий час культур» — це час діалогу культур, коли обличчя культур дивляться одне на одне. Кращі досягнення минулих віків стають надбанням усіх народів сучасності, не зникають у культурному процесі, продовжують жити у великому часі культури і тому є нашими сучасниками та належать всьому людству, що корелюється з поглядами культуролога В. Біблера (Антоненко, 2001, с.116).

У налагодженні культурних контактів та нівеляції цивілізаційних суперечностей між народами істотну роль відіграє туризм, який являє собою безпосереднє широкомасштабне спілкування як між пересічними громадянами різних країн, так і між діячами науки, культури, представниками політичної еліти. Спілкування, як соціальне явище, виконує багато функцій, зокрема воно є важливим чинником суспільної інтеграції. Міжнародний туризм безумовно сприяє взаємодії культур, формуванню загальнолюдської культури, хоча є предметним полем дослідження багатьох наукових галузей (Кірдан, 2023).

Після 1991 р. Україна отримала шанс заявити про себе як незалежна держава на глобальному туристичному ринку. Хоча спочатку туристичну галузь, інтегровану у загальносоюзні структури, було вщент розвалено у зв'язку із розпадом СРСР і створенням тисяч приватних туристичних організацій, що діяли на власний ризик без державної підтримки. Проте у жовтні 1997 р. на 12 Ге-

насамблеї WTO (м. Стамбул) Україна стала дійсним членом WTO, а КУТЕП — членом Ділової Ради WTO.

У розвитку міжнародного туризму в Україні є перспективи, за умов інвестиційного опікування галуззю:

- 1) історико-краєзнавчий туризм (вся територія України);
- 2) рекреаційний туризм (переважно Північне Причорномор'я, Карпати<sup>17</sup>);
- 3) спортивний туризм (Карпати: альпінізм, спелеологія, рафтинг);
- 4) зелений туризм (вся територія України);
- 5) екстремальний туризм до зони ЧАЕС (науковий, екологічний, ностальгичний);
- 6) прочанський туризм (паломницькі центри в Україні).

Паломництво може бути приурочене до певного свята (приміром, у Ватикані збирається багато паломників послухати пасхальну проповідь Папи Римського) або події, яка спонукає до паломництва (пересічні українці бурхливо відреагували на «Грушевське чудо» явлення Богородиці)<sup>18</sup>, що мали місце, зокрема, візит Папи Римського (спорткомплекс «Чайка» біля Києва, 2001 р.), демонстрація глави св. Пантелеймона зі Свято-Пантелеймонового монастиря Афону (Києво-Печерська Лавра, 2012 р.), демонстрація дарів Волхвів з Афону (Києво-Печерська Лавра, 2014 р.) тощо. Наразі паломницька традиція є тим об'єктивним підґрунтям, на якому наразі розвивається і поступово набирає поширення релігійний туризм в Україні: Свято-Успенська Києво-Печерська Лавра, Почаївська Лавра, Святогірська Сіверсько-Донецька Лавра — православні святині, відомі далеко за межами України.

З хасидськими святинями пов'язані міста Умань та Меджибош, де збереглися могили цадиків Нахмана Брацлавського та Ісраеля Бешта — засновника хасидського віровчення. Перераховані

<sup>17</sup> До повномасштабного вторгнення 2022 р. був привабливий напрям сімейного відпочинку для заможних туристів з Близького Сходу, які перечекували літню спеку у сприятливому кліматі. Проте українські турфірми зіткнулися з певними викликами, а саме нестачею арабомовних гідів, меню арабською мовою у закладах харчування, брак ісламської кухні (халляльної їжі), відсутність біде в готельних номерах. Проте ці проблеми могли бути вирішені — завадила війна.

<sup>18</sup> Рівно через рік після техногенної аварії на ЧАЕС 26 квітня 1987 р. в містечку Грушеве, Дрогобицького району Львівської області містяни побачили лик Діви Марії, що спровокувало масове паломництво до місця події.

святині належать до об'єктів світового значення, тому паломницький туризм у сучасній Україні є дуже перспективним. Паломники, вирушаючи у подорожі до релігійних святинь, прагнуть відновити відчуття «іншого світу у цьому світі». Адже людині ХХІ ст. у глобалізованому світі загрожує втрата духовності завдяки розриву із своїм етнонаціональним, релігійним та культурним корінням. У цьому аспекті варто навести вислів Марселя Габрієля: «Саме душа, саме вона — одвічна мандрівниця, саме про душу і тільки про неї буде найвищою правдою сказати, що *бути* — це бути в дорозі» (Філософи, мислителі про туризм... 2005, с. 303).

Проте наразі в Україні йдеться про «відкладений попит» — різновид незадоволеного запиту на туристичну активність унаслідок катаклізмів (пандемій, збройних конфліктів та стихійних явищ), що їх дослідники розглядають як певну психологічну проблему перебування в обмеженому просторі, нестачі спілкування, браку відпочинку, що призводить до нервового стресу. Проте у майбутньому, коли ситуація владнається, саме «відкладений попит» має стати двигуном для відновлення туристичної діяльності (Смірнова, Любіцева, 2022). Адже туристична подорож як переміна місця, що супроводжується набуттям нових/позитивних вражень, здатна відновити фізичне і ментальне здоров'я людини. Слід також зазначити, що від 2014 р. за умов агресії Росії, розвиток внутрішнього туризму стає чинником, який об'єднує та структурує українську націю. Зокрема, переселенці (біженці) з Криму і Донбасу, життя яких тривало у межах своїх регіонів, наразі, хоч і вимушено, проте отримали нагоду ознайомитися з територією всієї країни, що у багатьох спричинило певну корекцію внутрішньої картини світу. Допоки триває війна, міжнародний туризм в Україні фактично призупинено, проте набиратиме обертів так званий «альтернативний» туризм, адже туризм є органічною складовою людської екзистенції.

### **Альтертуризм та альтермодерн.**

Історія світового туризму набуває неочікуваного розвитку за доби постмодерну, коли на зміну класичному туризмові приходить альтернативний туризм. Кінець ХХ — початок ХХІ ст. відзначено процесами, що істотно відкоригували сучасну соціокультурну реальність. Як з цього приводу зазначила В. Судакова:

«прискорення цих (модернізаційних — Р.Д.) процесів обумовило появу й розповсюдження нових, іноді дивних, навіть екзотичних видів групових, інституціональних та міжособистісних відносин та об'єднань» (Судакова, с. 166). Розвиток засобів масової комунікації і повномасштабне впровадження нових інформаційних технологій призвели до того, що взаємодія людей у сучасному суспільстві дедалі більше набуває віртуального характеру. В результаті глобалізації соціокультурних процесів стала можливим поява нового соціального простору — віртуальної реальності. Почасти це спричинює виникнення інноваційних туристичних практик, стилізації / симуляції туризму як феномена масової культури.

Зокрема, *туризм іграшок* (toy tourism) — різновид туризму, де головним суб'єктом-туристом подорожі є дитяча іграшка (ведмедик). Наприкінці ХХ ст. педагоги США винайшли нову методику викладання для дітей шкільного віку, які за бажанням могли віддати свою іграшку, котра протягом навчального року подорожувала по світу, а натомість учень отримував фото та невеличкі розповіді з «досвіду» подорожей ведмедика. Таким чином, школярі, а особливо діти молодшого шкільного віку, мали можливість вивчати світ очима свого улюбленця. Дитина ставала безпосереднім учасником дидактичного процесу. Тим більше, що сучасні інформаційні технології дають змогу надавати інформацію про пригоди ведмедика в режимі онлайн, відсилати фото електронною поштою, вести блог. Однак те, що починалось як педагогічна методика, у ХХІ столітті переросло у захоплення сотень тисяч людей, отримало назву Teddy Bear Tourism<sup>19</sup>. Масове явище, пов'язане з використанням плюшевих ведмедиків для подорожування, розвинулося у туристичну галузь Виникли цілі організації, які давали можливість любителям такого виду заняття обмінюватись поштовими адресами (в Україні явище поширилося у Закарпатті). Учасники таких організацій зобов'язувались приймати іграшки інших членів спілки, показати їм місцеві пам'ятки та надіслати назад разом з фото/відео матеріалами, знятими за участі ведмедиків. Натомість — отримували можливість надсилати власних плюшевих улюбленців до інших учасників. Власник відправляє іграшку в посилці для фірми, а потім щодня отримує електронні листи з повідомленнями про те, де вона

<sup>19</sup> Teddy Bear — очевидно походить від імені президента США Теодора Рузвельта.

побувала в цей день. Після завершення туру іграшку надсилають назад разом з сертифікатом та компакт-диском, куди записані фотографії плюшевого мандрівника на тлі визначних пам'яток. Пропонуються і більш дорогі варіанти поїздки, «що включають ароматерапію, масаж та фотоальбом, а також більш комфортну коробку для іграшки», як стверджують дослідники сучасних туристичних практик (Кляп, Шандор, 2011). Тож у соціокультурних практиках туризму повною мірою відображено процеси, викликані постмодернізмом як специфічною культурною стратегією.

До кінця ХХ ст. всі туристичні практики відбувалися тілесно і територіально у географічному і фізичному просторі. У зв'язку з появою інтернету і мобільних технологій відбувається трансформація безлічі аспектів суспільного життя і комунікативних інтенцій. Для сучасної мандрівки перетин державного кордону, як і будь-яка мобільність, стають не обов'язковими. Ці технологічні зміни сприяли зміні способів мандрівок, а також форм фізичного перебування в іншому місці. Віртуальна реальність, інтернет та мережеві технології змінюють світогляд сучасної людини та культурне поле загалом. Наразі можна мандрувати світом віртуально, не покидаючи будинку, не наражаючись на небезпеку і заощаджуючи гроші. Найбільш ґрунтовно туристичні практики в модусі віртуальної культури висвітлено та проаналізовано у статті Л. Божко «Віртуальна культура в епоху постмодерну: туристські практики» (Божко, 2016), де, зокрема, йдеться про явище «посттуризм».

Концепція посттуриста відображає характер потреб і мотивацій постсучасних туристів, моделі їх поведінки і споживання, з огляду на пропозиції сучасної туристичної індустрії. Посттурист задовольняється імітацією і симуляцією реальності, артефактами постановочної і сконструйованої автентичності, усвідомлюючи, що це лише гра. Тобто для посттуриста основним є не сам продукт, а відчуття і враження у процесі його споживання. Але головне — це досвід і спогади про пережите, отримані протягом подорожі. В цілому реальність буття в культурі постмодернізму замінюється на потребу в екзистенційному досвіді, рефлексії, переживанні. Посттуризм створює нові практики реалізації туристських потреб.

Проте нині факт смерті культурної доби «постмодерну» вже дійшов до стадії прийняття інтелектуальним співтовариством, зокрема

культурологів. Наразі має місце явище постпостмодерну (що є доволі громіздким терміном), або трансмодерну, який означає як перехід з одного стану у інший, так і пересічення простору (з чим корелюється термін «трансконтинентальний»). Спроби пошуку адекватного терміна для нового історико-культурного континууму начебто схилилися у бік «метамодерну». Проте ми б звернули увагу на термін «альтермодерн» (у перекладі з лат. — інший модерн) для позначення нової культурної парадигми з огляду на евристичний підхід.

Явище «Альтермодерн» задекларовано куратором однойменної виставки сучасного мистецтва Ніколя Бурріо «Altermodern: Tate Triennial 2009» (Altermodern, 2009), де художній критик виголосив початок культурної епохи, яка вивищується над постмодерном. Зазначена художня експозиція відображала переплетіння часу і простору в уяві художника як мандрівника (Homo viator) по шкалі часу з виокремленням універсальних знаків, асимілюючи їх «тут і зараз». На виставці було сформульовано ключові постулати явища «альтермодерну», що стали ядром наративів: кордони, пограниччя, доку-фікшн, енергія, гетерохронія, пастіш, колаж, віртуальна квазіреальність, подорож (Bourriaud, 2009, с. 22).

Концепцію «Альтермодерн» засновано на креолізації (на відміну від мультикультуралізму постмодерну), коли різноманітні культури взаємопроникають, міксуються. Альтермодерн включає в себе поняття гібридизації<sup>20</sup>, зокрема новітнє мистецтво відображає наміри подолати національні кордони, стати мережею, гіпертекстом. Одним з принципів альтермодерну виступає гетерохронія, коли людська історія перестає бути лінійною (що мало місце від часів візантійського історіософа Євсевія Кесарійського), а складається з поєднання багатьох темпоральностей на кшталт палімпсесту. Приміром, художник альтермодерну, вільно перетинаючи культурні ландшафти, демонструє глобалізоване сприйняття світу. Тож якщо постмодерн ґрунтується на ідеях мультикультуралізму, то альтермодерн — на міксі глобалізму з постколоніалізмом у контексті спатіалізації (просторового повороту). Хоча слід зазначити, що ознаки постмодерну не вичерпуються в альтермодерні, а лише трансформуються суголосно з новими реаліями.

<sup>20</sup> Звідси гібридні режими, війни, науки (зокрема культурологія) як означники сучасності.

Не претендуючи на вичерпну характеристику явища, варто розглянути культурну практику туризму у модусі альтермодерну, з огляду на концептуальний перегук із зазначеним категоріальним апаратом туристичної практики. На нашу думку, визначення *віртуальний туризм / посттуризм* скоріше характеризує специфіку альтермодерну, ніж постмодерну, адже саме віаторизація є маркером цього культурного зсуву, коли ескапізм постає формою адаптації індивіда у соціумі (на кшталт «людина мандрує або не існує»). Симуляція життєвої активності при ескапізмі відбувається за допомогою розваг у сенсі дистанціювання від непрезентабельної реальності, що контамінується із мандрівкою. Проте, з іншого боку, ескапізм виступає явищем культуротворчим, заслоном від одноманітності, що угамовує «стрес монотонності», стратегією самоідентифікації (Бабушка, 2020, с. 227). Ескапізм — інтенція культури відпочинку, у цьому аспекті можна погодитися з Б. Франкліном «Той, хто здатен відпочити, перевершує того, хто здатний завойовувати міста» (Філософи, мислителі про туризм... 2005, с. 307).

Погляд туриста (*tourist gaze*) конструюється за допомогою знаків і залежить від ефекту візуальності. Туристський погляд є спогляданням реальності через «фрейми» (рамки), які «можуть бути картинкою і в вікні автомобіля, і на екрані домашнього монітора або телевізора» (Божко, 2016, с. 12,13). Тому у посттуриста немає необхідності залишати будинок, він задовільняється симулятивною реальністю. У посттуриста ламаються звичні рамки споживання, порушуються традиційні норми поведінки, відкидаються класичні цінності тощо. При цьому налаштованість посттуриста на гру і різноманітність ускладнює отримання задоволення від простих радощів. Згідно з цими посттуристськими потребами і повсюдним поширенням мережевих технологій розвиваються нові продукти і нові форми споживання, що стимулює «armchair» туризм.

Як далі слушно зазначила дослідниця Л. Божко, «Віртуальний туризм є новою і маловивченою формою туризму і досить важко дати точне його визначення. Віртуальний туризм — це і пошук сенсу, з характерним для нього ігровим спілкуванням, багатством образів, що надаються машиною, і спосіб поступового кодування і нетравмуючого осягнення реальності. Можна вважати, що такий вид туризму — це гігантська електронна система розваг» (Божко,

2016, с. 13). А це знов-таки відсилає до явища фестивалізації як до культурного простору свободи, нових можливостей, «втечі від буденності» (Бабушка, 2016, с. 335).

Туризм, що наразі проникає в будинки й офіси через інтернет, не тільки як засіб бронювання квитків або складання турів, а також як засіб для вивчення віртуального середовища. Віртуальний туризм, що являє собою подобу класичної подорожі, адже виключає труднощі і небезпеку, відсутність зручності і комфорту, посилюючи пізнавально-розважальну складову, тим самим виступає туристичним симулякром. Віртуальна культура відкриває для людини нові освітні, комунікативні, рекреаційні можливості. Але це культура особлива, вибудована за принципом «гіпертексту», що є якраз маркером альтермодерну, вона формує множинну ідентичність і відкриває простір множинної реальності.

При цьому віртуальний туризм вбачає різні типи онлайн практик: перехід з одного сайту на інший, здійснення онлайн віртуальних турів, занурення в середовище віртуальної реальності. Людям більше не доводиться долати великі відстані або витрачати великі суми грошей, щоб оглянути визначні пам'ятки і почути звуки — вони можуть просто вийти в інтернет. Тобто комерційний туризм зазнає суттєвої трансформації. З цієї причини велика кількість туристичних фірм змінює свій напрямок діяльності для адаптації до нових технологій. Нові технології працюють як економічний інструмент просування регіональної привабливості на ринку туристичних послуг за умов «відкладеного попиту» (Костинець В., Костинець Ю., 2020).

Наразі ведуться дискусії про відношення між віртуальним і реальним простором. Існують різні точки зору на це питання: одні розглядають віртуальність як простір, який абсолютно відрізняється від реального, де користувачі можуть брати участь у віртуальній спільноті, грати з вигаданими ідентичностями, вести окреме життя у віртуальному просторі. Інші стверджують, що віртуальність перемагає фізичний простір і фактично його поглинає. Ще одна точка зору акцентує увагу на складному зв'язку між двома просторами. Тобто один простір не замінює інший, між ними існують складні зв'язки, а відмінності починають швидко зникати: «саме перетин віртуального і реального простору трансформує турист-

ські практики. Завдяки злиттю просторів взаємодія в туризмі перестає існувати в традиційному вигляді», — підсумовує дослідниця (Божко, 2016, с. 13).

Посилання на віртуальні тури викладають в мережі багато користувачів. На цій основі спочатку формувалися нестійкі мережеві спільноти без оформлення їх статусу в інтернет-просторі. З часом дедалі більше користувачів зі схожими інтересами, так чи інакше пов'язані з віртуальними турами, поступово об'єднуються у велику кількість різних спільнот і груп у соціальних мережах, що «веде до формування відповідних субкультур віртуального туризму» (Божко, 2014, с. 14).

Зокрема, розвиток віртуальної практики туризму — це єдиний «телепорт» за умов військових дій, що дає змогу не виходячи з дому, бомбосховища або укриття потрапити до музею, відвідати видатні історичні місця або подивитися виставу (Багрій, 2022). Як це не сумно усвідомлювати, проте нині територію України в цьому аспекті задіяно у «похмурому» туризмі, що набуває неочікуваних перспектив у модусі «disaster tur», зокрема у віртуальному музейному проекті «Війна впритул», де анонсовано: «Віртуальні тури переносять глядача в місця Української трагедії, де його з усіх боків, на 360°, оточують результати руйнувань, передані до найменших деталей. Віртуальна реальність реальної війни. Обгорілі меблі у квартирах, зруйнована інфраструктура, залишки ліпнини на столітніх розбомблених пам'ятках, безлюдні вулиці... Це можна оглянути з різних точок. Усвідомити масштаби. Відчутти біду. Розділити з нами наш досвід» (Віртуальні тури 360...). З іншого боку, на переконання авторів проекту, розміщені 3D-моделі дають змогу в деталях роздивитися постраждалі споруди, допомагають архітекторам в оцінці ушкоджень та створенні планів реставрації, а Міністерству культури та інформаційної політики слугують доказами масштабів руйнувань для світової спільноти. Тож «Війна впритул» — проект меморизації руйнувань, який за допомогою кругових панорам у форматі 360°, відео з дронів та 3D-моделювання в деталях демонструє світовій спільноті, який вигляд має геноцид української нації<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Слід наголосити, що нині вперше від масштабу Голокосту доби II Світової війни здійснюється геноцид за національною ознакою: людей знищують саме як носіїв української ідентичності.

### Підсумок.

Варто наголосити, що одним з провідних понять гуманітаристики виступає геокультурний простір — територія, що насичена культурними феноменами як матеріальними, так і духовними (ментальними). Формування геокультурного простору відбувається у процесі історичного освоєння зазначеного простору.

Туризм як культурна практика виступає рушієм цього процесу від етапу мандрівництва. Проте у процесі розвитку дедалі більше місце посідає віртуальний простір, зокрема альтертуризм, посттуризм — екзистенційні практики у системі комп'ютерних комунікацій, що розглядаються у контексті розвитку віртуальної культури. Віртуальний туризм і соціальний феномен коучсерфінгу порушують важливі питання про туризм і подорожі в XXI столітті, де на зміну постмодерну прийшов альтермодерн. Зокрема, нові дослідження у розвитку феномена туризму повинні оцінити життєздатність віртуального туризму як способу альтернативного туризму в майбутньому за умов небезпечного світу. Туризм як культурна практика, охоплюючи віртуальний простір, сягає небачених перспектив. Тож феномен туризму в модусі культурології набуває дослідницької стратегії, спрямованої у майбутнє. Адже кожне наступне покоління перевідкриває світ для себе.

**Руслана ДЕМЧУК,**

*докторка культурології,*

*завідувачка відділу культурно-цивілізаційних досліджень*

*Інституту культурології НАМ України,*

*професорка кафедри культурології НаУКМА*

**orcid.org/0000-0001-6236-0907**

### Література:

- Антоненко, В. Г. (2001). Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур // *Філософія і культурологія туризму*. Київ: КІТЕП. С. 109-120.
- Ахундов, М. Д. (1982). *Концепции пространства и времени: истоки, эволюция, перспективы*. Москва: Наука, 224 с.
- Бабин Яр: масове убивство і пам'ять про нього (2012) // *Матеріали між-*

- народної наукової конференції 24–25 жовтня 2011 р., м. Київ (2012) / В. Нахманович, А. Подольський, М. Тяглий. Український центр вивчення історії Голокосту; Громадський комітет для вшанування пам'яті жертв Бабиного Яру. Київ, 256 с.
- Бабушка, Л. (2020). Фестивація як комунікативний апопріатор глобалізаційних інтересів у культуротіорчому просторі. Ніжин: Вид. Лисенко П.П. 272 с.
- Багрій, Конон (2022). Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни //Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.) (2022). Чернівці: Технодрук, 352 с. С. 144–149.
- Байцар, Андрій (2022). Українські землі на картах Клавдія Птолемея // Журнал «Дніпро». № 7-12. 2022. С. 158–177.
- Бахтин, М. М. (1975). Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // Вопросы литературы и эстетики. Москва : Худож. лит., 1975. С. 234–407.
- Божко, Л. Д. (2016). Віртуальна культура в епоху постмодерну: туристські практики // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв № 4, 2016. С. 11–15.
- Віртуальні тури 360 VR музей «Війна впритул» Відновлено з <https://war.city/uk/tours/https://war.city/uk/>
- Горський, С. В. (2001). Туризм за умов глобалізації // Філософія і культурологія. Київ: КІТЕП, С. 66–69.
- Джулай, Д. (2021). Куренівська трагедія: 60 років по тому Відновлено з <https://www.radiosvoboda.org/a/kurenivska-tragediya-60-rokiv-photo/31148172.html> 13.03.2021
- Заблоцький, В. П. (2005). Подорож як метафора // Філософські нариси туризму. Київ: Український центр духовної культури. С. 76–90.
- Історія української культури: колективна монографія (2001). Київ: Наукова думка.. Т.1. 1135 с.
- Кірдан, О. П. (2023). Міжнародний туризм у сучасному науковому дискурсі. //Економіка та суспільство. № 51. Бс. Відновлено з : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2490> DOI: 10.32782/2524-0072/2023-51-35
- Кляп, М. П, Шандор, Ф. Ф. (2011). Теді-бears туризм // Сучасні різновиди туризму. Навчальний посібник. Київ: Знання. Відновлено з

[https://westudents.com.ua/glavy/93454-tedd-bear-turizm-turizm-grashok.html#google\\_vignette](https://westudents.com.ua/glavy/93454-tedd-bear-turizm-turizm-grashok.html#google_vignette)

- Копієвська, О.Р. (2019). Культурні практики в дискурсі Cultural Studies // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. № 2.С. 49–53.
- Костинець В. В., Костинець Ю. В. (2020). Віртуальні подорожі як інструмент просування Причорноморського регіону // Причорноморські економічні студії. Вип. 52. Ч. 1. С. 82–85.
- Ле Гоф, Жак. (2007). Середньовічна уява. Львів : Літопис. 350 с.
- Левицька, О. І. (2001). Туризм, екологія, мораль // Філософія і культурологія. Київ: КІТЕП. С. 77–89.
- Любовець, О. М. (2001). Актуальні проблеми історії розвитку туризму на українських землях. Київ: КІТЕП. С. 90–99.
- Лях, В. В. (2001). Роль туризму в міжетнічних комунікаціях та в подоланні конфліктних ситуацій // Філософія і культурологія. Київ: КІТЕП. с.121–129
- Мальська, М, Н. Паньків, Н., А. Ховалько, А.Б.(2016) Історія розвитку туризму. Навч. посібник. Львів: ЛНУ ім. І. Франка. 117 с.
- Малачли, О. П. (2019). Проблема визначення найменування системи наук про туризм // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ. С. 295–297.
- Меднікова, Г. С. (2017). Концепти «культурні практики» та його роль в трансформації сучасної культури // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 7 : Релігієзнавство. Культурологія. Філософія. Вип. 37. С. 30–39.
- Мусієнко, Д. В. (2006). Постмодерністська трансформація комунікативної культури в контексті розвитку туризму (1992-3003 рр.). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук (теорія та історія культури). Київ. 19 с.
- Пазенок, В. С. (2001). Філософія туризму // Філософія і культурологія. Київ: КІТЕП. С. 24–43.
- Пазенок, В. С. (2005). Філософія туризму // Філософські нариси туризму. Київ: Український центр духовної культури. С. 14–34.
- Пархоменко, Т. С. (2004). Антологія туризму // Філософія туризму. Київ: Кондор. С. 57–65 .

- Пархоменко, Т. С. (2001). Антропологія туризму // Філософія та культурологія. Київ: КІТЕП. С. 45–52.
- Подорож у минуле. До 135-річчя заснування Лук'янівського цивільного кладовища* (2012). Київ: ДІМ Лук'янівський заповідник. 26 с.
- Препотенська, Марина (2015). Урбаністика в освітньому процесі. Ментальні мапи міста // Філософія освіти. № 1. С. 197–211.
- Пристайко, В., Пшенніков, О., Шаповал, Ю. (1998). Справа Єврейського антифашистського комітету, спецвипуск/ ІЗ архівів ВУЧК-ГПУ-НКВД-КГБ. № 3/4 (8/9). С.6–20.
- Рікер, Поль. (2001). Історія та істина. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія»; Пульсари. 396 с.
- Ружмон Дені де. (1998). Європа у грі. Шанс Європи. Відкритий лист до Європейців. Львів: Центр гуманітарних досліджень Львівського держуніверситету ім. І. Франка. Львів, 280 с.
- Сковорода, Г.С. (1961). Твори: У 2-х т. Київ: АН УРСР, 1961. Т.1. 640 с.
- Смирнов, Ігор, Любіцева, Ольга. (2022). Відкладений попит на туристичні послуги як чинник розвитку туризму в постпандемічний час у світі та в Україні // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. Том 5. № 1. С. 6–26.
- Судакова, В. М. (2020). Культурні практики та проблеми їхньої модернізації в культурному просторі сучасних суспільств // Культурологічна думка. № 17. С. 165–177.
- Табачковський, В. Г. (2005). Людина як особистість, що подорожує // Філософські нариси туризму. Київ: Український центр духовної культури. С. 91–99.
- Федорченко, В. К. Дьорова, Т. А. (2002). Історія туризму в Україні. Навчальний посібник. Київ: Вища школа 2002.195 с.
- Федорченко, В. К. (2001). Туризм і народна дипломатія // Філософія і культурологія туризму. Київ: КІТЕП, 2001. С.8–32
- Філософи, мислителі про туризм, мандрівки та подорожі (2005). // Філософські нариси. Київ: Український центр духовної культури. С. 297–308
- Філософія і культурологія туризму. Київ: КІТЕП, 2001.138 с.
- Флоренський, П. А. (2000). Анализ пространственности (и времени) в художественно-изобразительных произведениях // Флоренский П. А. История и философия искусства. Москва: Мысль. 2000. С. 81–258.

- Хабермас, Ю. (2010). Громадянство і національна ідентичність // Націоналізм. Теорії нації та націоналізму від Йогана Фіхте до Ернеста Гелнера: антологія. 3-тє видання / упор. О. Проценко, В. Лісовий. Київ: Смолоскип, 2010. С. 343–359.
- Altermodern: Tate Triennial 2009*. Press release 2 January 2009. Retrieved from <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/altermodern-tate-triennial-2009>
- Bachmann-Medick, D. (2016). *Cultural Turns. New orientations in the study of culture*. Berlin : De Gruyter, 311 p.
- Bauman, Z. (1996). *From pilgrim to tourist — or a short history of Identity // Questions of Cultural Identity / ed. by S. Hall and P. du Guy*. London: CAGE., P. 18–36.
- Borghart, P., De Dobbeleer, M.I, Demoen, K.I, De Temmerman, K., Keunen, B. (2010). Bakhtin's Theory of the Literary Chronotope: Reflections, Applications, Perspectives Proceedings of the workshop entitled «Bakhtin's Theory of the Literary Chronotope: Reflections, Applications, Perspectives» (27–28 June 2008) Belgium: Gent, Academia Press, 213 pp.
- Bourriaud, N. *Altermodern*. (2009). Tate Triennial 2009. London: Tate Publishing, 224 p.
- Christaller, W. (1966). *Central Places in Southern Germany*. Englewood Cliffs. N. J., 230 p.
- Culler, J. (1981). *Semiotics of Tourism // American Journal of Semiotics*. Vol. 1. № 1–2. P. 127–140.
- Demchuk, R. (2023). Allusion to the Trojan myth in the legendary toposphere of Kyiv // *Iinterdisciplinary cultural and humanities review*, №1. С.20–27.
- Dictionary Merriam-Webster.com «Tourist»* (2024) Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tourist>. Accessed 4 Nov. 2024
- Lefebvre, Henri (1991). *The Production of Space*. Oxford, Cambridge. 461 p..
- Lennon, J. John, Foley Malcolm (2000). *Dark Tourism. The attraction of death and disaster (Tourism Series)*. Continuum, 184 p.
- Parker, E. (2020). *The Forest and the EcoGothic. The Deep Dark Woods in the Popular Imagination*. Palgrave Macmillan., 308 p.
- Soja, Edward W. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. . Social Science. 352 pages
- Spengler, Oswald. *The Decline of the West*. Ed. Arthur Helps, and Helmut

- Werner. Trans. Charles F. Atkinson. Preface Hughes, H. Stuart. New York: Oxford UP, 1991 — History — 414 p.
- Tuan, Yi-Fu. (1974). *Topophilia. A Study of Environmental Perception, Attitudes and Values.* Prentice-Hall. 260 p.
- Tuan, Yi-Fu. (1998). *Escapism.* Baltimore, London. The Johns Hopkins University Press. 245 p
- Vasylchuk, Volodymyr. (2022). Main snags of development of tourismology as a socio-humanitarian science in Ukraine and the world // *Modern tourism: global challenges and civilizing values: Monograph*, Katowice, Publishing House of University of Technology, 31–48.
- Wallerstein, Immanuel. (2004). *World-systems Analysis: An Introduction.* Duke University Press, 109 p.