

Законы прогрессивного развития действуют только в обществе,
где ценятся подлинное образование и культура.

И. Е. Тарапов

УНИВЕРСИТЕТС

НАУКА ТА ПРОСВІТА НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ ЩОКВАРТАЛЬНИЙ ЖУРНАЛ

Видається з 2000 року
Свідectвo про реєстрацію KB № 10226
від 04.08.2005 р.
Засновник і видавець: Асоціація випускників,
викладачів і друзів Харківського національного
університету імені В. Н. Каразіна
Засновник і перший головний редактор —
проф. І. Є. Тарапов

РЕДАКЦІЙНА РАДА:

Бакіров В. С. (голова)
Астахова В. І.
Белова Л. О.
Бондаренко М. Ф.
Громов Д. Є.
Кагановський О. С.
Ковтун В. І.
Кремень В. Г.
Ладигенський О. С.
Литвиненко Л. М.
Лісовий В. М.
Прокопенко І. Ф.
Сапронов Ю. А.
Семиноженко В. П.
Сидоренко О. Л.
Соловйов В. П.
Сорока Л. С.
Тацій В. Я.
Товажянський Л. Л.
Шутенко Л. М.
Ющенко Я. П.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Холін Ю. В. (головний редактор)
Тарапова О. І. (заст. голов. редактора)
Круглова В. В. (відповідальний секретар)
Александров Ю. В.
Божков А. І.
Гандель Ю. В.
Гаташ В. І.
Гуменюк І. О.
Д'ячков С. В.
Єфименко А. В.
Коробов О. І.
Куделко С. М.
Макаровський М. О.
Мчедлов-Петросян М. О.
Посохов С. І.
Чернецький Ю. О.
Чорногор Л. Ф.
Шкода В. В.

Макет і дизайн номера І. М. Дончик

Точка зору редакції може не збігатися з точкою зору авторів. Рукописи, не прийняті до опублікування, не рецензуються і не повертаються. Відповідальність за зміст і форму рекламних матеріалів несе рекламодавець.

НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ

Издается с 2000 года
Свидетельство о регистрации KB № 10226
от 04.08.2005 г.
Учредитель и издатель: Ассоциация выпускников,
преподавателей и друзей Харьковского
национального университета имени В. Н. Каразина
Основатель и первый главный редактор —
проф. И. Е. Тарапов

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Бакіров В. С. (председатель)
Астахова В. И.
Белова Л. А.
Бондаренко М. Ф.
Громов Д. Е.
Кагановский А. С.
Ковтун В. И.
Кремень В. Г.
Ладигенский О. С.
Литвиненко Л. Н.
Лесовой В. Н.
Прокопенко И. Ф.
Сапронов Ю. А.
Семиноженко В. П.
Сидоренко А. Л.
Соловьев В. Ф.
Сорока Л. С.
Тацкий В. Я.
Товажянский Л. Л.
Шутенко Л. Н.
Ющенко Я. П.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Холін Ю. В. (главный редактор)
Тарапова Е. И. (зам. гл. редактора)
Круглова В. В. (ответственный секретарь)
Александров Ю. В.
Божков А. И.
Гандель Ю. В.
Гаташ В. И.
Гуменюк И. А.
Дьячков С. В.
Ефименко А. В.
Коробов А. И.
Куделко С. М.
Макаровский Н. А.
Мчедлов-Петросян Н. О.
Посохов С. И.
Чернецкий Ю. А.
Чорногор Л. Ф.
Шкода В. В.

Макет и дизайн номера И. Н. Дончик

Точка зрения редакции может не совпадать с точкой зрения авторов. Рукописи, не принятые к опубликованию, не рецензируются и не возвращаются. Ответственность за содержание и форму рекламных материалов несет рекламодатель.

№2₍₄₉₎
2012

А. Ю. Парфіненко

TERRITORIA TUРИЗМУ: ЧАС «КУЛЬТУРНИХ» ПОДОРОЖЕЙ

*Світ — це книга.
І хто не подорожував ним —
прочитав у ній лише одну сторінку.*
Бл. Августин

Сучасну реальність уже важко уявити без туризму. Без перебільшення можна стверджувати, що туризм сьогодні є не тільки практикою суспільного життя, а й чинником, що впливає на світовий розвиток. Логіку його впливу на світ не можна осягнути, керуючись лише статистичними даними Всесвітньої туристичної організації (далі — UNWTO) щодо динаміки туристичних потоків, прибутків від туризму та кількості робочих місць у сфері туристичного бізнесу. Хоча й ці цифри справляють приголомшливе враження. Так, якщо в 1950 році міжнародні подорожі здійснювали 25 млн осіб, то у 2000-му — майже 700 млн. У 2010 році кількість міжнародних туристичних прибуттів становила 940 млн осіб. Річні експортні надходження сягнули 919 млрд дол. США, або 30 % від світового експорту послуг. В індустрії туризму й пов'язаних із нею сферах економіки зайнято 8,1 % працездатних мешканців Землі [23]. Туризм є вагомим глобалізаційним чинником, що впливає на різні аспекти економічного, соціального, політичного та культурного життя. Останнім часом

чимраз рельєфніше виявляється зв'язок туризму зі сферою культури, що є частиною ширшої проблеми — культури й розвитку.

Постіндустріальна цивілізація усвідомила колосальний потенціал культури, необхідність її збереження й можливості використання як одного з найважливіших ресур-

[2, 7, 11, 13, 16 та ін.]. Звісно, це не засвідчило появу нового виду туризму (пізнавальні подорожі існували завжди), а продемонструвало зміну ставлення до культури як інструмента розвитку.

Нині культурний туризм становить близько 37 % міжнародного туризму й генерує 35 млн щорічних

В індустрії туризму й пов'язаних із нею сферах економіки зайнято 8,1 % працездатних мешканців Землі

сів світової економіки. Туризм став найдієвішою формою капіталізації культури. Культурний компонент туристичних практик привертає дедалі більшу увагу і є невід'ємною складовою будь-якої подорожі. Така актуалізація культури зумовила виокремлення в науковій і навчальній літературі так званого «культурного туризму» (cultural tourism)

міжнародних туристичних поїздок у Європі. Збільшення потоку в країну таких туристів на 1 млн осіб приводить до приросту валютних надходжень у середньому на 1 млрд дол. США [14, с. 3]. За прогнозами експертів, у найближчому майбутньому провідне місце серед найперспективніших видів туризму посядуть конгресно-виставко-

вий і культурний. З огляду на це, проблеми розвитку культурного туризму, його впливу на культуру, світову економіку, економіку конкретних країн і регіонів набувають особливого значення. У цьому контексті пропонуємо висвітлити роль



Пам'ятник Томасу Куку, засновнику першої у світі сучасної туристичної компанії, ініціатору організованого туризму (Лестер, Велика Британія)

і можливості культурного туризму в соціально-економічному розвитку територій, розкрити механізми його активізації, окреслити перспективи створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на основі культури.

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ – МЕГАТРЕНД «ІНДУСТРІЇ ВРАЖЕНЬ»

Подорожування вчать більше, ніж будь-що інше. Іноді один день, проведений в інших місцях, дає більше, ніж десять років життя вдома.

А. Франс

Культура стала одним із чільних аспектів туристичного продукту протягом 80-х років XX століття. На цей час припадає й виникнення самого терміна «культурний



туризм». До того домінувала модель пляжно-купального відпочинку, що почала утверджуватися з 50-х років, коли активно формувався ринок туристичних послуг. У розвинених країнах Європи й Америки швидко зростала кількість туристичних фірм, які пропонували послуги з організації відпочинку та розваг.

Значною мірою така активність була зумовлена економічним піднесенням, яке переживала повоєнна Європа протягом 1960–1970 років; зростала ефективність суспільної праці, підвищувався добробут населення. Із досягненням західним суспільством високого рівня життя починають культивуватися гедоністичні настанови, що сприяли формуванню суспільства масового споживання. Відпочинок перетворився на один із життєвих пріоритетів. Найпоширенішою формою проведення відпусток став пляжний відпочинок. Море, сонце і пляж постають серед головних спонукальних мотивів для планування відпустки. Щодо цього відомий французький філософ Жан Бодрійяр у книзі «Америка», яка побачила світ 1980 року, говорячи про пляжний відпочинок у Каліфорнії, констатував появу цивілізації «курортного типу».

Однак пропонуваній на ринку курортний відпочинок як провідна форма організації дозвілля почав виявляти ознаки занепаду. Зі зростанням матеріального добробуту в мешканців розвинених країн Європи виник протест проти масового, стандартизованого споживання. Серед життєвих пріоритетів постала можливість самореалізації і саморозвитку.

Появу нових типів поведінки у споживацькому суспільстві швидко використали туроператори, які дедалі частіше почали про-

понувати «культурний продукт». Його лейтмотивом стає дбайливе ставлення до навколишнього середовища, самобутньої культури і традицій місцевого населення, орієнтація на пізнання й духовне засвоєння культури світу, пошук історичної ідентичності, що є екзистенційною потребою людини. Із часом культурно-пізнавальний складник стає неодмінним імперативом будь-якої подорожі, а захоплення минулим, «зачарування історією» – характерною ознакою сучасного життя. Як влучно відзначає українська дослідниця, історик Н. М. Яковенко, культ минулого нині помітно зріс, про що свідчить густота й розмах меморіальних практик – поява нових музеїв, святкування історичних дат, зусилля зі збереження пам'яток старовини тощо [19, с. 26].



Сьогодні ім'я Моцарта в Австрії – туристичний бренд країни

І все ж таки культурний туризм знаходиться на перетині гуманітарної сфери і сфери бізнесу, тож зазначений «культ минулого» розвивається в цілком прагматичній бізнесовій площині. Йдеться про те, що попит на споживання культурних ресурсів спричинив цілеспрямовану актуалізацію минулого; культурні відмінності територій постали в основі цілком реальних

конкурентних стратегій багатьох міст світу.

Розглядаючи культурний туризм як симбіоз економіки й культури, варто підкреслити, що такий вид подорожування передбачає не тільки знайомство з культурною спадщиною туристичної дестинації, а й включення туриста в сучасне культурне середовище — активну участь у культурних подіях, характерних для певної території.

Відповідний погляд на культурний туризм представлено й у документах Міжнародної ради з охорони пам'яток і визначних місць, де підкреслено, що культурний туризм — це форма туризму, мета якого полягає в знайомстві з культурою і культурним середовищем місця відвідування, включаючи ландшафт, знайомство з традиціями мешканців та їхнім способом життя, художньою культурою і мистецтвом, різними формами проведення дозвілля місцевих жителів. До культурного туризму може належати відвідування культурних заходів, а також музеїв, об'єктів культурної спадщини, контакти з місцевим населенням [цит. за: 1].

охоронної діяльності, збереження й популяризації культурної спадщини, а й від здатності культурної політики створювати нові цінності території.

В умовах глобалізації сучасного світу культура постає серед пріоритетів соціально-економічного розвитку, а культурна політика

Елементи культури, привабливі для туристів

- Народні промисли
- Мова
- Традиції
- Кухня
- Мистецтво (музика, живопис, література тощо)
- Історія регіону
- Видатні особистості
- Архітектура
- Релігія
- Освіта
- Костюм
- Дозвілєві можливості

розглядається як ефективний інструмент забезпечення лідерства. Виявилося, що в процесі

чинники й «ціннісні складові поведінки, властиві одній країні чи цивілізації в цілому». Саме ціннісні фактори, тобто «фактори культури і життєвих сенсів», стали «визначати результат конкуренції» [12, с. 39].

На практиці це виявляється також у лобюванні муніципалітетами великих культурних програм і проектів, які створюють «атмосферу місця», його особливий характер, підвищуючи тим самим його цінність. Не випадково конкурсу «Культурна столиця Європи», започаткований ще 1985 року, є однією з найпрестижніших і найгучніших культурних подій. «Культурна столиця» обирається Європейським Союзом терміном на один рік, протягом якого місто має яскраво продемонструвати своє культурне розмаїття: театри, музику, танці, музеї, виставки, фестивалі, бібліотеки тощо. У 2011 році такими «столицями» стали міста Таллінн і Турку, що організували серію виняткових культурних заходів із загальним бюджетом 100 млн євро.

Наразі варто підкреслити, що такого роду актуалізація місцевої культури має вигляд комерційних проектів культурного туризму з чіткими економічними розрахунками. Серед хрестоматійних прикладів — австрійське місто Відень, яке пишається Вольфгангом Амадесом Моцартом не тільки як геніальним композитором, а й як унікальним туристичним брендом. Готелі й кафе, вулиці і площі, солодощі й численна сувенірна продукція — усе це просякнуте ім'ям видатного композитора. Особливий попит серед туристів мають гастрономічні вироби: шоколад, цукерки, печиво, чай, лікери, які приносять прибуток австрійській столиці.

Процес капіталізації культури через туризм охопив не лише такі мегаполіси, політичні й культурні столиці світу, як Відень, Париж, Прага, Лондон чи Берлін, а й зовсім не виразні щодо культурного потен-

В умовах глобалізації сучасного світу культура постає серед пріоритетів соціально-економічного розвитку, а культурна політика розглядається як ефективний інструмент забезпечення лідерства

Це дозволяє стверджувати, що успіх проектів культурного туризму залежить не тільки від пам'яток

глобалізації, зауважує академік Ю. М. Пахомов, у конкурентний вир втягуються не лише економічні



ціалу адміністративні одиниці. Як відзначає один з апологетів концепції територіального маркетингу Філіп Котлер, сьогодні навіть «порожні місця» долучаються до створення нових концептуальних пам'яток [5, с. 180–181], здатних стати «візитною картою» місця. Не випадково нині спостерігається справжній бум появи великих і малих тематичних міст — ігрових, музичних, театральних, гастрономічних тощо. Культивовані на цій основі ідеальні виміри простору перетворюють туристичну подорож на яскраву культурно-історичну подію.

культурний туризм пріоритетним напрямом розвитку. Справа в тому, що культурний туризм здатен генерувати значні туристичні потоки не тільки сам по собі. Він також є обов'язковим доповненням до будь-якого іншого туристичного продукту. Навіть Туреччина, яка традиційно вважається країною пляжно-купаль-

в Києві навесні 2010 року, представники туристичних офісів більшості країн світу назвали

Як центральна тема культура постала під час святкування Всесвітнього дня туризму 2011 року, яке відбулося під девізом «Туризм об'єднує культури». За задумом керівництва UNWTO, тематика свята покликана підкреслити важливість збереження й розвитку культурного різноманіття (у тому числі культурної спадщини), наявність якого робить можливим туризм як такий. Це підкреслює можливості туризму у справі забезпечення діалогу між культурами, взаєморозуміння, миру та злагоди.

Сучасна філософія подорожування перетворює культуру на найважливіший імператив туристичного розвитку. Автентичність певного регіонального середовища додає території неабияких «бонусів» у рейтингу туристичної привабливості. Отже, створення сприятливого середовища для активізації культурних індустрій та формування на основі культури якісного туристичного продукту європейського рівня постає серед першочергових завдань. Повною мірою це стосується й України.

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ – ОБРІЙ НОВОЇ УКРАЇНИ

Подорожування як найбільш велична наука і найбільш серйозна наука допомагає нам знов знайти себе.
А. Камю

Україна, маючи вигідне географічне положення, значний природний, історико-культурний, інфраструктурний потенціали для перетворення туризму на одну з провідних галузей народного господарського комплексу країни, досі не змогла реалізувати власні конкурентні переваги. Загальноновизнаним є той факт, що сучасний стан розвитку туристично-рекреаційної сфери України характеризується «невідповідністю очікуванням споживача, неприбутковістю та неефективністю» [10, с. 7]. Така

Всесвітній день туризму було започатковано рішенням Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації. Уперше його святкували в 1979 році в іспанському місті Торремоліно. В Україні, яка також є членом UNWTO, День туризму відзначається згідно з Указом Президента №471/98 від 1998 року.

Концептуальною ідеєю свята є пропаганда цінностей, філософії та можливостей сучасного туризму для людини, суспільства й держави, який має соціальне, економічне, культурне та політичне значення.

Щороку День туризму проходить під певним девізом, який заздалегідь визначається UNWTO. З певного часу такий девіз спрямований на актуалізацію та розв'язання засобами туризму глобальних завдань, проголошених у Цілях у галузі розвитку, що були сформульовані в Декларації тисячоліття Організації Об'єднаних Націй.

- 2000 – Туризм – збереження світової спадщини для нового тисячоліття.
- 2001 – Туризм – інструмент миру і діалогу між цивілізаціями.
- 2002 – Екотуризм – ключ до сталого розвитку.
- 2003 – Туризм – потужний чинник боротьби з бідністю, створення робочих місць і забезпечення соціальної гармонії.
- 2004 – Спорт і туризм: дві живильні сили для взаєморозуміння, культури і розвитку суспільств.
- 2005 – Подорожі і транспорт: від уявлень Жуля Верна до реальності XXI століття.
- 2006 – Туризм збагачує.
- 2007 – Туризм відкриває двері для жінок.
- 2008 – Туризм: відповідь на виклик зміни клімату.
- 2009 – Туризм: торжество різноманіття.
- 2010 – Туризм і біорізноманіття.
- 2011 – Культура об'єднує.

Культурний туризм став трендом міжнародного туристичного бізнесу у 2010 році як один з антикризових заходів. На міжнародній виставці туризму Uitt, що відбулася

ного відпочинку, з метою розширення сезону зробила у 2010 році акцент на популяризації культурної спадщини країни, різноманітних фестивалів та інших заходах [4].

ситуація спостерігається навіть попри будівництво низки інфраструктурних об'єктів, пов'язаних з Євро-2012, певні акції спрямовані на поліпшення туристичного іміджу, збільшення показників розвитку в'їзного туризму, спрощення візових формальностей тощо. Так, згідно з рейтингом туристичної конкурентоспроможності країн за 2010 рік, оприлюдненим Міжнародним економічним форумом, Україна серед 139 країн опустилася на вісім позицій, порівняно з 2009 роком, та посіла 85 місце [18].

Незадовільний стан розвитку національного туристичного ринку зумовлений цілою низкою системних причин, висвітлення яких не є предметом пропонованої публікації. Варто лише зазначити, що сьогодні в Україні культура не відіграє суттєвої ролі у формуванні конкурентоспроможного туристично-рекреаційного комплексу.

Звісно, концепція «Культура плюс соціально-економічний розвиток» не є зовсім новою для України. Однак, як засвідчують українські реалії, культура в нас існує у відокремленому від туризму середовищі. Про це йдеться й у звіті Ради Європи «Культурна політика в Україні», де відзначається, що «між туризмом і культурою немає жодного реального взаємозв'язку, закріпленого в термінах політики, і що ці дві частини ... поєднують зовнішні, поверхові відносини, а не якась спільна програма...» [6, с. 22].

Те саме можна сказати і про рівень обізнаності з українськими пам'ятками у світі. Незважаючи на те що українська культура представлена значною кількістю об'єктів культурної спадщини як національного, так і світового рівня, система використання та популяризації пам'яток

з метою посилення свого значення у світі не відповідає міжнародному досвіду. Достатньо лише сказати, що в Списку Всесвітньої культурної спадщини, що складається і поповнюється

вання, використанням імен видатних історичних особистостей, популяризацією регіональних продуктів (передусім гастрономічних), сільського ремесла, промислових

Сучасний стан розвитку туристично-рекреаційної сфери України характеризується невідповідністю очікуванням споживача, неприбутковістю та неефективністю

ЮНЕСКО, Україна представлена всього лише декількома позиціями. Це Свята Софія і Києво-Печерська лавра в Києві та Ансамбль історичного центру Львова. Тим часом внесення пам'яток до цього списку не тільки забезпечує їх особливий правовий статус, а й ідентифікує саму територію в потоках глобального туризму, сприяє залученню інвестицій у туристичну сферу.

У цілому спеціальні дослідження з проблем історико-культурної спадщини України свідчать про те, що її потенціал залучається до туристичної галузі безсистемно, а пізнавальна функція цього ресурсу зводиться до мінімуму [7].

Утім, як ішлося вище, розвиток культурного туризму орієнтований не лише на історико-культурну спадщину, а вимагає передусім наявності особливої творчої «атмосфери». У цьому сенсі культурне життя сучасної України позначалося кількома цікавими проектами, пов'язаними з актуалізацією історичної спадщини, появою нових форм екскурсійного обслугову-

реліктів, створенням тематичних парків, нових «місць пам'яті», появою так званих «креативних кластерів»¹ тощо.

Серед найцікавіших культурних івентів² останніх років варто назвати Центр культури та історії Давньої Русі — «Парк Київська Русь». Суть проекту полягає у створенні масштабного історико-культурного й туристичного комплексу шляхом відтворення, з максимальною історичною достовірністю, культурного й архітектурного образу Дитинця Києва часів V–XII століть, у розмірі оригіналу й атмосферою Київської Русі. Загальна площа Парку — понад 50 га. Розташований він за 34 км від міста Києва (Київська область, Обухівський район, село Копачів), у районі річок Рось і Ступня.

Проект «Парк Київська Русь» визнаний та підтримується як національними, так і міжнародними організаціями, а саме: Парламентською Асамблеєю Ради Європи, Міжпарламентською асамблеєю країн-учасниць СНД, Верховною Радою України, Кабінетом Міні-

¹ Креативний кластер — це самоокупні внутрішньоміські вкраплення тематичного середовища як ретроспективного, так і футуристичного (модельного) характеру. Назва таких міських новоутворень передбачає постійну творчість їх учасників, спрямовану на залучення туристів. Поява креативних кластерів веде до перетворення самих міст і його жителів, у процесі міського розвитку. Деякі малі та середні міста перетворюються на креативні або тематичні території, де більшість мешканців задіяна у креативній індустрії.

² Івент (від англ. event — подія) — розважальна або рекламна вистава, що здійснюється на театральній сцені, кіно- або телеекрані, на спортивній або цирковій арені з використанням різного роду сюжетних ходів, мистецьких засобів, світлової техніки, комп'ютерної графіки тощо. Поняття івенту включає подію, захід, церемонію, шоу, виставу, ігрову театралізацію. Івентор — фахівець у галузі планування, організації і проведення івент-проектів, експерт із творчих, технічних і організаційних питань івент-бізнесу.



стрів України, науковими інститутами, державними установами України, СНД та Європи.

В архітектурно-технічному плані «Парк Київська Русь» — це комплекс будинків, споруд і майданчиків, які відтворюють архітектурний образ та атмосферу Києва V—XII століть. При цьому проектування й будівництво ведеться з дотриманням сучасних норм і вимог містобудування.

На сьогодні створено та затверджено Національною академією наук України генеральний план Дитинця Стародавнього Києва, відтворені оборонні вали «міста Володимира» довжиною 1,5 км, що охопили територію в 10 га. Створено «Передграддя» з в'їзною брамою та оборонною стіною, ристалище з князівською палатою, станом кочівників, табором вікінгів, садибами киян X—XI століть, споруджені інші будівлі.

Переконливим аргументом унікальності та своєчасності проекту є масова участь людей у заходах Парку. Уже сьогодні тут проводяться наукові, культурні, розважальні, освітні, краєзнавчі й пізнавальні заходи. Серед них щорічні міжнародні фестивалі та турніри, історичні реконструкції (середньовічні свята, турніри і змагання дружинників), демонстрація історичних народних традицій і обрядів, виставки художників і майстрів-умільців, концерти етнічних фольклорних колективів та ін. [22].

Не маючи на меті робити ретельний огляд усіх проектів культурного туризму в Україні, не можемо не зупинитися на безсумнівному бренді Івано-Франківської області — туристично-мистецькому комплексі «Масток Святого Миколая», що розташований на території Косівського району в Національному природному парку «Гуцульщина». Загальна площа мастку — 380 га. В основу проекту покладено ідею об'єднання національних традицій через долучення до образу Святого Миколая,

який уособлює добро, щастя, надію, віру в майбутнє. Проект задуманий і реалізується

для досягнення важливих освітньо-виховних, культурологічних цілей, а також для створення культурно-туристичного комплексу дитячого, юнацького й сімейного відпочинку. Окрім казкового містечка Святого Миколая, мистецького центру та інших унікальних пізнавально-розважальних й освітніх секторів, спортивно-оздоровчих комплексів та тренувальних баз, проект передбачає створення на території комплексу представництв усіх регіонів України, об'єднаних казковою залізницею [20].

Особливо поширеною в Україні є фестивальна діяльність, розвиток якої на пострадянському просторі набув майже вибухового характеру.

Незважаючи на те що мета проведення того чи того фестивалю може відрізнятися, практично всі

успішно вносять їх до планів організації туристичних подорожей [2].

І все ж таки значний культурний потенціал України залишається маловідомим на міжнародних туристичних ринках. Це пов'язано і з тим, що туристичний бізнес у нашій країні представлений здебільшого малими та середніми підприємствами. У цілому можна погодитися з думкою про те, що Україна поки що не увійшла «до простору трансатлантичних компаній, де існують своєрідні епіцентри використання великих імен, великих брендів і великих стратегічних схем» [1].

Розгортанню повноцінної програми розвитку культурного туризму в країні заважає фактична монополія держави на об'єкти історико-культурної спадщини, відсутність прозорих умов приватизації пам'яток, передачі їх у користування чи управління, що не сприяє залученню приватних інвестицій у цю сферу.

Характерною ознакою історико-культурної ситуації в Україні,

Потенціал для розвитку культурного туризму в Україні

130 тис. пам'яток перебуває на державному обліку, з них:

- 57 206 — пам'ятки археології (418 національного значення)
- 51 364 — пам'ятки історії (147 національного значення)
- 5926 — пам'ятки монументального мистецтва (45 національного значення)
- 16 293 — пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3 541 національного значення)
- 61 історико-культурний заповідник (13 національного значення)
- Софійський собор з архітектурним ансамблем, Києво-Печерська лавра в м. Києві, історичний центр м. Львова, що входять до Списку Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО

вони створюють новий культурний продукт, привабливий для туристів. Як справедливо відзначає російський фахівець із культурного туризму В. Е. Гордін, тенденція «фестивалізації культури» має міжнародний характер, а регулярність більшості з фестивалів дозволяє

що суттєво впливає на можливості розвитку культурного туризму, є не тільки відновлення і створення нових історико-культурних цінностей, а й знищення особливої історичної цінності — новітньої спадщини СРСР. Це відбувається на тлі глобальної втрати ідентич-

ності міського середовища — національної, традиційної, архітектурної тощо. Відмінності життя в різних містах нівелюються під впливом універсального характеру будівельних і оздоблювальних матеріалів, загальносвітових стандартів офісних будівель, готельних споруд, комунікацій тощо.

У таких умовах «міська самоідентифікація» і «нова історична унікальність» стають найважливішим способом регенерації міського середовища [9]. Зважаючи на це, незграбна, на перший погляд, спадщина радянських часів може стати цінним туристичним активом. У цьому сенсі навіть квартали



*Пам'ятник туристу
в м. Іркутськ (Росія)*

«хрущоб», радянські рюмочні, пивні та ресторани, за умов відтворення побуту часів СРСР, можуть стати культурною цінністю території. Унікальність таких проєктів полягає в можливості пережити певні культурно-історичні буттєві реалії за безпосередньої участі туристів у подіях, що відтворюють історичне і реальне культурне життя.

Про те, що культурні надбання України до цього часу не перетворилися на дієвий чинник соціально-економічного розвитку, свідчить і дотаційність культурної сфери. Державна політика в галузі культури спрямована переважно на фінансову підтримку життєдіяльності окремих інституцій і лише в окремих випадках формує

стимули для розвитку цієї сфери. Як справедливо відзначає О. І. Дацко, реалізація культурного потенціалу вимагає сьогодні новітніх підходів. Найперше — це оцінка наявного креативного потенціалу, розробка відповідних стратегій, які перерієнтовували б державну політику з політики підтримки сфери культури — на політику стимулювання розвитку [3, с. 229].

Говорячи про роль культурного туризму в економічному розвитку території, про його можливості у справі капіталізації спадщини, потрібно наголосити, що він має також колосальні комунікаційні, пізнавальні та ціннісні засоби впливу на туристів. Спираючись на національну культуру, туризм суттєвою мірою сприяє поширенню певних стереотипних уявлень про цілу націю. Сьогодні майже кожна держава має свій «канон культурних пам'яток», за якими закріплюється статус «святинь», культурних брендів нації [13]. Не можна не погодитися з думкою про те, що на утворення такого «канону» пам'яток значною мірою впливає не тільки культурна політика країни, а й позиція національної інтелігенції. Отже, на які базові образи буде спиратися цей «канон», які інтенції

вій спільноті й водночас конструює національну ідентичність усередині країни. Для України, державна політика якої в гуманітарній сфері є сконцентрованою на консолідації



*Пам'ятник неухаженому туристу.
Вокзал Аточа (Мадрид, Іспанія)*

та розвитку української нації, формуванні її історичної свідомості, традицій та культури, зазначений вимір культурного туризму має важливе суспільно-політичне значення. Особливо це стосується патріотичного виховання молоді. Ознайомлення з історико-культурними досягненнями країни, актуалізованими засобами культурного туризму, дозволяє наочно (поза текстами підручників) зрозуміти місце і роль історії свого народу в сучас-

В умовах глобалізації позитивний образ культури у світових каналах комунікацій відіграє вирішальну роль не тільки для розвитку туризму, а й для забезпечення конкурентоспроможності всієї країни

продуватиме, значною мірою залежить саме від національної еліти.

Культурний туризм репрезентує національну культуру світо-

мому світі. Йдеться про те, що культурна спадщина, представлена в туристичному просторі країни широкому загалу, не просто генерує конструювання національного істо-



ричного наративу, а значною мірою бере участь в утвердженні історичних схем і метаконцепцій. Не випадково в багатьох країнах світу виховання громадянської ідентичності відбувається завдяки освіті спадщиною (heritage education), що стає можливим через ознайомлення з музейними експозиціями, місцями пам'яті, національними екскурсійними маршрутами [17, с. 14]. На думку Д. Лоуэнталь, спадщина взагалі не є історією, а є прославленням минулого, сповіданням (практикою) віри [8, с. 144].

Тож можемо стверджувати,

що в умовах глобалізації позитивний образ культури у світових каналах комунікацій відіграє вирішальну роль не тільки для розвитку туризму, а й для забезпечення конкурентоспроможності всієї країни. І саме проекти культурного туризму є дієвим механізмом «віталізації» спадщини, перетворення її на чинник соціально-економічного й культурно-духовного розвитку. Завдяки цьому

питання про роль символічного капіталу культури набуває не абстрактно-теоретичного, а цілком практичного значення.



ЛІТЕРАТУРА

- Гордин, В. Э. Роль сферы культуры в развитии туризма в Санкт-Петербурге / В. Э. Гордин // Санкт-Петербург: многомерность культурного пространства: материалы научно-практического форума, 29–30 октября 2008 г. – СПб., 2009. – Режим доступа: <http://test.hse.spb.ru/info/personal/gordin.aspx>
- Гордин, В. Э. Культурный туризм как стратегия развития города: поиск компромиссов между интересами местного населения и туристов / В. Э. Гордин, М. В. Матецкая // Санкт-Петербург: многомерность культурного пространства: материалы научно-практического форума, 29–30 октября 2008 г. – СПб., 2009. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/data/659/478/1239>
- Дацко, О. І. Культура як чинник сталого розвитку регіонів: європейський досвід / О. І. Дацко // Проблеми и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ: сб. науч. труд. – 2009. – Т. 1. – С. 224–230. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pips/2009_1/224.pdf
- Кондакова, Л. Туризм по-культурному / Л. Кондакова // Экономические известия. – 2010. – №115 (1348). – Режим доступа: <http://eizvestia.com/dosug/full/turizm-po-kulturnomu>
- Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер; пер. с англ. М. Акая при участии В. Мишучкова. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
- Культурна політика України – оцінка міжнародних експертів / Рада культур. співпраці Ради Європи; М-во культури і туризму України. – К.: Рада культур. співпраці, 2007. – 56 с.
- Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. – Режим доступа: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/23.htm>
- Лоуэнталь, Д. Прошлое – чужая страна / Д. Лоуэнталь. – М.: Рус. остров, 2004. – 623 с.
- Национальный доклад – наш вклад в шанхайскую декларацию. – Режим доступа: <http://www.urban-practice.com/RU/publications/urban>
- Национальні проекти для України / за ред. Я. А. Жаліла. – К.: НІСД, 2010. – 37 с.
- Орлова, О. В. Культурный туризм як засіб діалогу культур / О. В. Орлова // Культура і сучасність. – 2009. – № 2. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Kis/2009_2/19.pdf
- Пахомов, Ю. М. Система цінностей як фактор конкурентоспроможності країн у глобальному світі / Ю. М. Пахомов // Економіка ринкових відносин. – К., 2008. – №1 (1). – С. 38–45.
- Пронкевич, О. В. Культурный туризм і «винайдення» Іспанії / О. В. Пронкевич // Наукові праці: наук.-метод. журн.: Філологія. Літературознавство / Чорноморський держ. ун-т ім. П. Могили. – 2009. – Т. 124. – Вип. 111. – С. 91–93.
- Рахмалева, О. В. Культурный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2000. – Режим доступа: <http://elibrary.finec.ru/Ribraly/materials/1582/>
- Рыбакова, Ю. Л. Культурный туризм: время инноваций? Материалы форума по въездному и внутреннему туризму / Ю. Л. Рыбакова // Новый взгляд на Россию. – 2008. – 2 окт. – С. 17.
- Табатадзе, И. А. Социокультурные аспекты туристической деятельности / И. А. Табатадзе // Доклады Второго Всероссийского социологического конгресса. – М., 2004. – Т. 1. – С. 292.
- Тишков, В. А. Историческая культура и идентичность / В. А. Тишков // Уральский исторический вестник. – 2011. – № 2 (31). – С. 4–16.
- Туристичний імідж регіону: монографія / за ред. А. Ю. Парфінєнка. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 311 с.
- Яковенко, Н. Вступ до історії / Н. Яковенко. – К.: Критика, 2007. – 375 с.
- Маєток Святого Миколая. – Режим доступа: <http://msm.kosiv.org>
- Всесвітня туристична організація: офіц. сайт. – Режим доступа: <http://unwto.org/index.php>
- Парк «Київська Русь». – Режим доступа: <http://www.parkkyivrus.com>
- This is Ukraine. – Mode of access: <http://www.thisisukraine.org/index.php>

Найвідоміші фестивалі України

Гастрономічні фестивалі



Гастрономічні – «Червоне вино» (Мукачево), «Міське свято Пампуха» (Львів), фестиваль вина та меду «Сонячний напій» (Ужгород), Свято шоколаду (Львів), Свято сиру і вина (Львів), Міське свято пива (Львів), «Wine Fest» (Київ), фестиваль «Борщів» (м. Борщів, Тернопільська обл.), «На каву до Львова» (Львів), Міжнародний фестиваль дерунів (Коростень, Житомирська обл.), Міжнародний феодосійський винний фестиваль «WineFeoFest» (Феодосія), «Свято миргородської свині» (Миргород), Свято сала (Полтава) та ін.



Історичні – Міжнародний фестиваль культур народів світу «Sudak folk fest» (Судак, Крим), середньовічний історичний фестиваль «Битва націй» (Хотин, Чернівецька обл.), Всеукраїнський історико-культурний фестиваль «З варяг у греки», Міжнародний фестиваль козацьких бойових та традиційних мистецтв «Спас на Хортиці» (о. Хортиця, Запоріжжя), Міжнародний лицарський фестиваль «Генуезький шолом» (Судак, Крим), фестиваль середньовічної культури «Любарт фест» (Луцьк), Міжнародний лучний турнір «Стріла стародавнього Києва» (Київ), Міжнародний фестиваль середньовічної культури «Стародавній Меджибіж» (Меджибіж, Хмельницька обл.), військово-історичний фестиваль «Кам'янець – земля героїв» (Кам'янець-Подільський) та ін.



Історичні фестивалі

Етнічні фестивалі



Етнічні – Різдвяний фестиваль «Велика коляда» (Львів), фестиваль вертепів (Львів), фестиваль Маланок (Чернівці), «Масляна в Пирогово» (Київ), дитячий фестиваль народної іграшки (Пирогово, Київ), Міжнародний фестиваль етнічної музики «Країна мрій» (Київ), Міжнародний етнічний фестиваль «Вінок Дунаю» (Одеса), фестиваль традиційної народної культури «Покуть», етнофестиваль «Печенізьке поле» (Харківщина) та ін.



Музичні – Всеукраїнський фестиваль-конкурс козацької пісні «Байда» (Тернопіль), рок-фестиваль української музики «Українська рок-хвиля» (Одеса), фестиваль давньої музики (Львів), фестиваль сучасного джазу «Chernihiv Jazz Open» (Чернігів) та ін.

Музичні фестивалі

Тематичні – фестиваль льодових скульптур «КриЖталь» (Черкаси), Міжнародний ковальський фестиваль «Свято ковалів» (Івано-Франківськ), фестиваль писанок (Львів), Всеукраїнський фестиваль ковальського мистецтва «Залізний Лев» (Львів), Одеський міжнародний кінофестиваль, кінофестиваль «Харківський бузок», фестиваль фантастики «Зоряний міст» (Харків), культурний екофестиваль «Будянський ярмарок» (Буди, Черкаська область) та ін.



Тематичні фестивалі

Мистецькі фестивалі



Мистецькі – Міжнародний фестиваль мистецтв «Східні Ворота. АртПоле-Крим» (Бахчисарай, Крим); фестиваль української епічної традиції «Козацька Трійця» (Київ), фестиваль дитячо-юнацької творчості та таланту «Дивосвіт» (Запоріжжя) та ін.

