

УДК 930.85: 008(091) 338

Л. Д. Божко, кандидат історичних наук, доцент, докторант, Харківська державна академія культури, м. Харків

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ: ВІД СТАРОГО ЗМІСТУ ДО НОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ

Розглянуто засади культурного туризму та проаналізовані умови, які зумовили його активний розвиток наприкінці ХХ — поч. ХХІ ст. Підкреслюється, що цьому сприяло нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі. Простежуються генезис та еволюція поняття «культурний туризм», висвітлюються різні підходи до його розгляду. Охарактеризовано роль культурної спадщини в розвитку культурного туризму, зокрема як одного з центральних факторів у стратегії міського розвитку на основі туризму. Проаналізовано науковий доробок західних учених у царині культурного туризму.

Ключові слова: культурний туризм, культурна спадщина, *Digital Culture*, *E-culture*, рівні культурного туризму.

Л. Д. Божко, кандидат исторических наук, доцент, докторант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ: ОТ СТАРОГО СОДЕРЖАНИЯ К НОВОЙ КОНЦЕПЦИИ

Рассмотрены истоки культурного туризма и проанализированы условия, которые вызвали его активное развитие в конце ХХ — начале ХХІ в. Подчеркивается, что этому способствовало новое понимание культуры в общественном развитии и осознание необходимости сохранения культурного многообразия в мире. Прослеживаются генезис и эволюция понятия «культурный туризм», освещаются различные подходы к его рассмотрению. Охарактеризована роль культурного наследия в развитии культурного туризма, в частности, как одного из центральных факторов в стратегии городского развития на основе туризма. Проанализирован научный потенциал западных ученых в области культурного туризма.

Ключевые слова: культурный туризм, культурное наследие, *Digital Culture*, *E-culture*, уровни культурного туризма.

L. D. Bozhko, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Doctoral student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

CULTURAL TOURISM: FROM THE OLD CONTENT TO THE NEW CONCEPT

The article deals with the origins of cultural tourism and analyzes the conditions that have caused its rapid development in the late 20th century — early 21st century. It is emphasized that the new understanding of culture in social development and awareness of the need to preserve the cultural diversity in the world have contributed to it. The author traces the genesis and evolution of the concept of «cultural tourism» and covers a variety of approaches to its consideration. The article describes the role of cultural heritage in the

development of cultural tourism, in particular, as one of the key factors in urban development strategies based on tourism. It analyzes the scientific potential of Western scholars in the field of cultural tourism.

Key words: *cultural tourism, cultural heritage, Digital Culture, or the E-culture, levels of cultural tourism.*

Постановка проблеми. У другій половині ХХ ст. у світі значного поширення набув культурний туризм, розвиткові якого сприяли нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), частка культурного туризму до 2020 р. становитиме 25 % від загальних показників світового туризму [28]. Основною умовою розвитку культурного туризму є історичний та культурний потенціал країни, рівень забезпечення доступу до нього, а також побутові умови проживання туристів. До об'єктів культурного туризму належать як історико-культурна спадщина (історичні території, архітектурні споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, музеї, народні промисли, обряди, виступи фольклорних колективів), так і сучасна культура (виставки, фестивалі, особливості життя населення: кухня, костюми).

Значення культурного туризму в сучасному світі надзвичайно важливе, адже він стосується всіх сфер діяльності суспільства, зокрема культури, економіки, соціального життя. Інтенсивність туристського розвитку, масштаби туризму багато в чому залежать від визнання світового спільнотою цінності культурного та природного потенціалу країни, її спадщини. Нині саме культура і спадщина визначають ставлення світової спільноти до країни, її привабливості з позицій не тільки соціальних відносин та туризму, а й бізнесу. Визнання в сучасних умовах можливе завдяки внеску, який країна здійснює у світову культуру, науку та економіку (як складові загальної культури), розвиток цивілізованих відносин між народами, країнами, людьми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуалізація проблем розвитку культурного туризму привернула увагу багатьох науковців. Теоретичні основи культурного туризму висвітлені в працях Ч. Лендрі, Д. Пірса, Р. Прентіса, Г. Річардса, Л. П. Воронкової, О. І. Корпухіна, Т. Г. Богатирьової, Е. Н. Селезньової, Г. А. Аванесова, Н. П. Ващекіна, Н. М. Мамедова та ін. Незважаючи на те, що туризм історично розвинувся саме з культурного туризму, культурологічний підхід до вивчення цієї сфери застосовується лише зараз.

Мета статті — розглянути основи культурного туризму та проаналізувати умови, які спричинили активний розвиток означеного туризму наприкінці ХХ ст.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «культурний туризм» («cultural tourism») на міжнародному рівні вперше згадується в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.), але його початком можна вважати середину ХVІІІ ст., коли поняття культурного туризму означало практику подорожей Європою для вивчення витончених

мистецтв. Сини аристократів вирушали в тривалі турне (grand tours) у супроводі своїх домашніх вихователів-наставників, щоб повернутися освіченими або «культурними» людьми. У XIX ст. поняття культурного туризму використовували купці, котрі подорожували для того, щоб розвинути свою майстерність (to develop «class»). У сучасних умовах глобалізації, з розвитком авіації, виникненням і поширенням масових форм туризму, «культурний» туризм набув нового значення [18, с. 2]. Генеральний директор ЮНЕСКО Коїтіро Мацуура вважає: незважаючи на те, що процес глобалізації надає людству унікальних можливостей у сфері комунікації і вільного обміну ідеями й товарами, він також призводить до серйозної загрози посилення нерівності, знеособлення культури та способу життя, втрати самобутності або навпаки — сприяє самобутності і відгородженню від зовнішнього світу [8]. Зважаючи на те, що впродовж усієї історії люди обмінювалися культурним досвідом, ідеями, цінностями і товарами через мистецтво, торгівлю й міграції, у XXI ст. культурний туризм призначений слугувати ідеям інтелектуальної і моральної солідарності людства, утвердженню ідеалів толерантності в суспільстві, тобто повазі, прийняттю та правильному розумінню різноманіття культур нашого світу [3, с. 9–10]. Нині культурні контакти, завдяки яким мандрівники або співтовариства передають свої ідеї та культурні традиції інших країн і народів, здійснюються в межах міжкультурних проєктів ЮНЕСКО та Всесвітньої туристської організації. Серед них такі довгострокові міжрегіональні проєкти зі створення культурно-історичних маршрутів, як «Великий шовковий шлях» та «Невільничий шлях» [30].

Таким чином, поняття сутність культурного туризму зазнала змін у процесі історичного розвитку. Сучасна діяльність багатьох міжнародних організацій акцентується на «культурному» напрямі: концепціях, проєктах, конгресах, конференціях, деклараціях, конвенціях, серед яких: Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (1972) [7, с. 290–301]; Доповідь ООН про розвиток людини: Культурна свобода в сучасному різноманітному світі (2004) (Human Development Report 2004: Cultural Liberty in Today's Diverse World. UN, 2004); Загальна декларація ЮНЕСКО про культурне різноманіття (2001) (The UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. Adopted by the 31st Session of the General Conference of UNESCO. Paris, 2 November 2001); Доповідь Всесвітньої комісії ЮНЕСКО з культури і розвитку «Наше творче розмаїття» (1996) (Our Creative Diversity. UNESCO, 1996); Декларація Мехіко з політики в галузі культури Всесвітньої конференції з культурної політики (1982) (Mexico City Declaration on Cultural Policies. World Conference on Cultural Policies. Mexico City, 26 July – 6 August 1982); Міжнародна конвенція ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини (2003) (International Convention to Safeguard Intangible Cultural Heritage. UNESCO's General Conference. 32nd Session-Paris, 29 September 2003. 17 October). Зокрема остання зумовлена входженням світової цивілізації в епоху глобалізації, загрозою нівеляції, часткової зміни або повного зникнення національних культур, збільшенням чисельності катастроф як природних, так і техногенних, воєн і терористич-

них актів, які можуть призвести до знищення культурної спадщини, а також роз'єднаністю народів, нетерпимістю, конфліктністю через розбіжність етнічних, релігійних та інших поглядів.

Привернення уваги широкої світової громадськості до проблем збереження культурної спадщини, національних етнокультур, культурної самобутності, культурної різноманітності, взаємодії туризму і культури, туризму та культурного розмаїття, туризму й міжкультурного діалогу, туризму і розвитку сприяли наданню нової місії культурному туризму як інструменту миру, розвитку, зближення народів, виховання поваги, терпимості, взаєморозуміння на основі гуманістичних цінностей туризму. Крім того, місія пов'язана зі створенням мережі кафедр ЮНЕСКО з культурного туризму задля миру та розвитку в різних університетах і школах світу, зокрема в Україні (Київ, Харків, Сімферополь тощо).

Існують різні підходи до поняття культурний туризм. ЮНЕСКО розглядає культурний туризм як відмінний від інших вид туризму, що зважає на культури інших народів. У Хартії з культурного туризму Міжнародної Ради з пам'ятників і об'єктів (ICOMOS) культурний туризм визначається як форма туризму, основною метою якого, крім іншого, є «відкриття пам'ятників і об'єктів» [29]. ICOMOS характеризує культурний туризм як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавального або освітнього і часто елітарного спрямування, присвячений поданню і роз'ясненню культурної ідеї» [18, с. 3]. На думку російських дослідників В. Е. Гордіна і М. Д. Сушинської, культурний туризм — це переміщення індивідів за межі їх постійного місця проживання, мотивоване повністю або частково інтересом відвідування культурних пам'яток, зокрема культурних подій, музеїв та історичних місць, художніх галерей, музичних та драматичних театрів, концертних майданчиків і місць традиційного проведення часу місцевого населення, що відображають історичну спадщину, сучасну художню творчість і виконавські мистецтва, традиційні цінності, види діяльності й повсякденний стиль життя резидентів, з метою отримання нової інформації, досвіду та вражень для задоволення культурних потреб [1, с. 63–65]. Е. В. Мошняга вважає, що нині не відбулося зародження принципово нового виду туризму, оскільки не змінилася його основна мета — ознайомлення з історією і культурою країни в усіх її проявах (архітектурою, живописом, музикою, театром, фольклором, традиціями, звичаями, способом і стилем життя людей країни відвідування). Те, що відбулося насправді, — це зміна ставлення до феномену цього виду туризму, його гуманітарної функції та глобальної місії [8]. Російський дослідник Н. А. Нікішин стверджує: «Культурний туризм — це сучасна технологія розвитку туризму. Є туризм як сфера діяльності і найсучасніші новітні технології в цій галузі, які можна назвати культурним туризмом. (...) Культурний туризм — не те, що пов'язано з ресурсами, мотивацією — це те, що пов'язано зі складними, тонкими сучасними технологіями розвитку цієї сфери діяльності, послуг, людських інтересів, тенденції розвитку цивілізації на сучасному етапі» [9].

Деякі зарубіжні дослідники культурний туризм інтерпретують як ідеальну сферу для дослідження природи культурного відтворення й ознайомлення туристів з мистецтвом, художньою спадщиною, фольклором та іншими проявами культури [17, с. 56–58]. На думку багатьох учених [25] (Urry 2001, Richards і Wilson, 2006), культура в останні десятиліття стала однією з найважливіших складових системи туризму.

Зростання культурного споживання (мистецтво, кухня, мода, музика) і галузей, пов'язаних з ним, сприяло розвитку «символічної економіки» міста [23, 32]. Водночас попит на туриста споживача/користувача характеризується зростаючою цінністю нематеріального виміру, яка відображає «душу міста», а також є важливим елементом для побудови свого майбутнього [16]. Згідно з Пайном і Гілмором (Pine; Gilmore) [22] та Аміном і Срайфом (Amin; Thrif) [10], посилення конкуренції на ринку означає, що культурні спадщини і послуги не є достатніми і виробники мають диференціювати свої пропозиції, перетворюючи їх на «пригоди/життєвий досвід», які б могли залучити споживача. Цей процес відбувається також у містах по всьому світі, зокрема туристичних містах, що перебувають у конкуренції, щоб залучити місцевих жителів і гостей [26]. Таким чином, індустрія культури, на думку Маккена (McCann), з давніх часів стала центральним фактором у стратегії міського розвитку на основі туризму [20, с. 385–398]. Глобалізація, демографічні зміни, розвиток технологій і зміна системи цінностей споживачів сформували попит на новий туристичний продукт в епоху постматеріалізму. Так званий *experience-based tourism* (туризм, оснований на життєвому досвіді/пригоді) є новою концепцією, спрямованою на задоволення нової потреби.

У розробку концепції культурного туризму значний внесок здійснили дослідження професора М. Драгічевіч-Шешич, результатом яких стала класифікація цього виду туризму:

- історичні подорожі (подорожі в історію, подорожі-реконструкції історичних подій, релігійні подорожі, вивчення історичного періоду);
- географічні подорожі (комплексні та спеціалізовані);
- художні подорожі (поїздки, організовані з метою вивчення будь-якого напрямку в мистецтві тощо) [4, с. 65–67].

Характеризуючи культурний туризм з урахуванням означених ознак, можна надати його розгорнуте визначення, що відповідає сучасному розумінню культурного туризму й об'єднує найвідоміші підходи. Культурний туризм – це переміщення індивідів за межі їх постійного місця проживання, повністю або частково мотивоване інтересом відвідання культурних пам'яток, до яких належать культурні події, музеї й історичні місця, художні галереї та музичні й драматичні театри, концертні майданчики та місця традиційного проведення часу місцевого населення, що відображають історичну спадщину, сучасну художню творчість і виконавські мистецтва, традиційні цінності, види діяльності й повсякденний стиль життя резидентів, з метою отримання нової інформації, набуття досвіду та вражень для задо-

волення їхніх культурних потреб [5]. Тобто культурний туризм — це вид туризму, де культура є базисом.

Водночас, різноманіття підходів до інтерпретації культурного туризму внеможлиблює його єдино правильне визначення. У цьому разі доцільно виокремити два основні підходи до розгляду аналізованого явища: технічний та концептуальний.

Перший оснований на описові типів DESTИНАЦІЙ, що залучають потоки туристів з культурно-пізнавальними цілями, і, таким чином, є концепцією, яка ґрунтується на понятті культури як продукту. Другий підхід навпаки, має на меті описати мотиви, які є його основою, і пояснює прагнення людей до відвідування культурних об'єктів і їх бажання дізнатися що-небудь нове про них, що свідчить про орієнтацію цього підходу на «процес культури». Цікаво відзначити, що Європейська асоціація освіти у сфері туризму та відпочинку особливо підкреслювала у своїх виданнях як ключовий аспект культурного туризму саме «елемент навчання» [1, с. 18–19].

Розвиток культурного туризму базується на використанні потенціалу етнокультур та культурної спадщини країн і регіонів. Як наголошується в програмному документі СОР «Культурна спадщина та розвиток туризму», «одним зі стовпів індустрії туризму стало властиве всьому людству бажання побачити і пізнати культурну самобутність різних частин світу. У внутрішньому туризмі культурна спадщина стимулює національну гордість за свою історію. У міжнародному туризмі культурна спадщина стимулює повагу та розуміння інших культур і, як результат, сприяє миру й взаєморозумінню» [1, с. 134–161].

Культурна спадщина — складна соціокультурна система, що активно взаємодіє із середовищем і часом [12], містить певну, мінливу в часі та просторі інформацію. На думку Н. В. Кумскова, в ній закладена «пам'ять» культури, її інформаційні коди, що забезпечують «виробництво», накопичення і передачу інформації в людській цивілізації [6].

Під культурною спадщиною розуміється форма закріплення та передачі сукупного духовного досвіду людства, який має складові: духовну (мова, ідеали, традиції) і матеріальну (музейні, архівні, бібліотечні фонди, пам'ятки археології, архітектури, науки і мистецтва, пам'ятні знаки, споруди, ансамблі, визначні місця й інші свідчення історичного минулого, унікальні ландшафти, спільні творіння людини і природи, сучасні споруди, що становлять особливу цінність з точки зору історії, мистецтва чи науки) [2, с. 45].

Нині ми спостерігаємо і феномен віртуалізації культурної спадщини. Його об'єкт може бути поміщений у глобальний інформаційний простір, де просуватиметься і транслюватиметься за допомогою різних мережевих спільнот. Можливе і його долучення до складу інших продуктів. Digital Culture, або E-culture — це нова галузь діяльності. Вона пов'язана зі створенням електронних версій об'єктів культурної спадщини: в образотворчому мистецтві (живопис, графіка, скульптура), перформативних мистецтвах (музика, театр, хореографія тощо), нерухомій культурній спадщині (архітектура, культурний ландшафт), кіно, телебаченні тощо. Крім того, елект-

ронна культура містить твори, які відразу створювалися в електронній формі, наприклад, мережеве мистецтво, реконструкції у віртуальній і розширеній реальності, нові інтерактивні твори. До електронної культури належать електронні версії колекцій культурної спадщини (бібліотек, музеїв, архівів). Важливим засобом для долучення культурної спадщини до світових інформаційних, економічних та політичних процесів є туризм, зокрема культурний. Останнім часом туризм розглядається як найефективніший засіб масової затребуваності та доступності культурних цінностей. Водночас розвиток туризму є способом просування глобалізації у сфері матеріальної і духовної спадщини. Як зазначає хорватська дослідниця Д. Елінчіч, «оскільки туризм — не статичний феномен, а динамічний процес, він впливає на традиції (культурна спадщина). У певних місцевих спільнотах традиція змінюється внаслідок туризму. Або якщо традиція не існує, її винаходять або створюють» [15]. Таким чином, культурна спадщина є однією з основ збереження культурного розмаїття та дієвим інструментом діалогу культур.

Щоб відповісти на запитання, чому так активно почав розвиватися культурний туризм, слід звернути увагу і на те, що індустрія туризму, яка оперативно реагує на запити сучасної людини, зазнала впливу загального руху культури до «тотальної автономізації особистості» і, як наслідок, до індивідуалізації попиту. Реакція відбулася на рівні зміни стратегій. Масовий, «конвеєрний» туризм, який передбачає дешевизну і простоту «турпакетів», поступився місцем диференційованому, що характеризується різноманітністю мотивацій туристів, множинністю сегментів, варіативністю пропонованих послуг. Масовому туризму властива однорідність подорожуючих осіб, котрі потребували відпочинку, але до кінця ХХ ст., у зв'язку зі зростанням доходів, розвитком технологій та іншими обставинами життя громадян розвинутих країн, в індустрії туризму сформувався новий тип туриста: достатньо інформований, досвідчений, незалежний, який критично ставиться до пропонованих туристських послуг. Він став вибірковим і вимогливішим до пропозицій, а головне — орієнтованим на самостійну побудову програми своєї подорожі, відхід від стандартів і прояв індивідуальності. Причому формулу «три S» (Sea-Sun-Sand) море-сонце-пляж змінює нова формула туристських переваг — «три L» (Lore-Landscape-Leisure) традиції-пейзаж-дозвілля. Тобто, прагнучи відійти від звичної буденності, новий турист почав проявляти посилений інтерес до місцевого колориту, особливостей побуту, звичаїв іншої культури, що й стало однією з головних причин активного розвитку культурного туризму.

У науковому співтоваристві відбуваються активні дискусії щодо причин зростання культурного туризму. На думку Г. Річардсона, відносини між туризмом і культурою свідчать, що культурний туристичний ринок є останньою фазою в давньому процесі зближення між культурою й туризмом [24]. Джон Уррі (1995) зазначає, що бар'єри між культурою і туризмом зникають у результаті двох паралельних процесів культуризації (culturisation):

1) суспільства, яке в повсякденному житті більшою мірою характеризується де-диференціацією раніше різних соціальних і культурних сфер,

появою економіки знаків, конвергенцією «високої» й «низької» культур, «мистецтва» і «життя», де об'єкти та люди набувають більшої мобільності, і межі між раніше різними культурами зникають;

2) туристських практик, що означає досягнення туризмом більшого культурного змісту, найочевидніше завдяки зростанню культурного туризму, а також посиленню значущості знаків і символів під час створення туристичних сайтів [31].

Аналіз іноземних і вітчизняних джерел засвідчив, що нині в міжнародному туризмі, крім традиційного культурно-пізнавального туризму, набувають поширення такі підвиди культурного туризму, як культурно-історичний, культурно-подієвий, культурно-археологічний, культурно-етнографічний, культурно-етнічний, культурно-релігійний, культурно-антропологічний, культурно-екологічний та ін. [13; 14; 19; 21; 28]. Ці тенденції диверсифікації культурного туризму засвідчують розширення спектра мотивацій у межах культурного туризму та спеціалізацію інтересів міжнародних мандрівників з різних аспектів культур та культурної спадщини відвідуваних ними країн і територій.

Нині культурний туризм розвивається в трьох взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих напрямках: пізнання культури та культурної спадщини; охорона та відродження культури; діалог культур. Тобто культурному туризму нині притаманні три основні гуманітарні функції: культурно-пізнавальна й освітня; культуроохоронна і консерваційна; комунікаційна та миротворча.

Залежно від пріоритету й обсягу споживання культурних благ, у мотивації туриста виокремлюють кілька рівнів культурного туризму:

- професійний, оснований на професійних контактах;
- спеціалізований (основною метою туриста є задоволення культурних потреб);
- неспеціалізований (споживання культурних благ є невід'ємною й істотною, але не основною метою туризму);
- супутній (основна мета відвідання — діловий, освітній, науковий, спортивний туризм. Туристи можуть доповнювати програму перебування споживанням культурних благ);
- культурний квазітуризм, до якого належить переміщення резидентів місцевості, один з мотивів є споживання культурних благ [1].

Культурний туризм безпосередньо пов'язаний з рівнем розвитку місцевого співтовариства, його культури і способу життя. Для розвитку культурного туризму недостатньо мати багату культурну спадщину; активна участь місцевого населення в культурному житті нині є необхідною умовою розвитку культурного туризму [11]. Залучення місцевого населення до діяльності з розвитку культурного туризму також передбачає створення для них робочих місць. На думку фахівців туристичної сфери, одним з варіантів участі невеликих компаній і населення в індустрії гостинності — це їх долучення до проектів з організації культурного туризму.

Висновки. Підсумовуючи, можна зазначити, що розвиток культурного туризму є еволюційним продовженням розвитку туризму загалом, зумов-

леним потребами розвитку суспільства на сучасному етапі та змінами в пріоритетах людських цінностей, а також є основою для наукових досліджень культури і способом долучення до неї як туристів, так і місцевого населення.

Еволюційним продовженням культурного туризму нині стає креативний або творчий туризм, який останнім часом набуває більшої популярності й потребує окремого дослідження.

Список використаних джерел

1. Гордин В. Э. Теоретические и практические подходы к развитию культурного туризма / В. Э. Гордин, М. Д. Сушинская, И. Яцкевич // Конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. — СПб.: Эдинбург, 2000.
2. Декларация прав культуры (проект). — СПб.: СПбГУП, 2000.
3. Декларация терпимости ЮНЕСКО, 1995 г. — М., 1996 — С. 9–10.
4. Драгичевич-Шешич М. Менеджмент в области культурного наследия [Электронный ресурс] / М. Драгичевич-Шешич. — Режим доступа: www.culturalmanagement.ru/biblio/Nasl — Загл. с экрана.
5. Европейская ассоциация по образованию в сферах туризма и отдыха (ATLAS) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.atlas-euro.org. — Загл. с экрана.
6. Кумсков Н. В. Культурное наследие и процессы глобализации / Н. В. Кумсков // Вестн. КРСУ. — 2011. — Том 11. — № 6. — С. 115–118.
7. Міжнародні нормативні акти ЮНЕСКО. — М.: Логос, 1993. — С. 290–301.
8. Мошняга Е. В. Международный культурный туризм как фактор межкультурной коммуникации / Е. В. Мошняга // Науч. тр. Московск. гуманитар. ун-та. — 2005. — Вып. 55. — С. 128–147.
9. Никишин Н. А. Технологии культурного туризма: принцип партнерства на региональном и местном уровнях [Электронный ресурс] / Н. А. Никишин — Режим доступа: www.culturalmanagement.ru/infocenter/?cid=2&aid=761. — Загл. с экрана.
10. Amin A. H. Cities: Re-imagining the Urban / A. H. Amin, N. Thrift. — Polity Press, 2002.
11. Ashworth G. J. «Conservation of the built environment in the Netherlands», in: Phelps, Ashworth & Johansson (eds), The construction of Built heritage: a north European perspective on policies, practices and outcomes / G. J. Ashworth. — Ashgate, London. — 2001.
12. Cernea Michael M. Cultural Heritage and Development: a framework for action in the Middle East and North Africa. The International Bank for Reconstruction and Development / Michael M. Cernea // The World Bank. — Washington, 2001.
13. Cohen E. Authenticity and Commoditization in Tourism / E. Cohen // Annals of Tourism Research. — Vol.15. — №3. — 1988. — P. 371–386.
14. Cultural Heritage and Tourism Development. — Madrid: WTO. — 2001.
15. Cultural Propertis in Policy an Practic: a Review World Bank Experience Document of World Bank [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www-ws.worldbank.org>. — Назва з екрана.

16. Fusco Girard L. Cultural tourism: From cultural fruition to cultural communication and production / L. Fusco Girard. *Int. J. Serv. Technol. Manag.* — №10.— 2008. — P. 15–28.
17. *Hospitality, Tourism and Leisure Management : Issues in Strategy and Culture.* London, 1997. — P. 56–58.
18. *ICOMOS Tourism Handbook for World Heritage Site Managers.* — ICOMOS, 1993.
19. Lee T. H. Measuring Novelty Seeking in Tourism / T. H. Lee, J. Crompton // *Annals of Tourism Research.* — Vol. 19. — 1992. — P. 732–751.
20. McCann J. E. The cultural politics of local economic development: Meaning-making, place-making and the urban policy process. *Geoforum* / J. E. McCann. — №33. — 2002. — P. 385–398.
21. Nash D. Anthropology and Tourism / D. Nash, V. L. Smith // *Annals of Tourism Research.* — Vol.18. — 1991.— P. 12–25.
22. Pine B. J. II. *The Experience Economy* / B. J. Pine, J. H. Gilmore. — Harvard Business School Press. — Boston, Ma. — 1999.
23. Ray C. Culture, intellectual property and territorial rural development / C. Ray // *Sociologia Ruralis.* — №38. — 1998. — P. 3–20.
24. Richards G. (2003) What is Cultural Tourism? In van Maaren, A. (ed.). *Nationaal Contact Monumenten [Електронний ресурс]* / G. Richards. — Режим доступу: http://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism. — Назва з екрана.
25. Richards G. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? / G. Richards, J. Wilson // *Tourism Management.* — Vol. 27. — № 6. — 2006. — P. 1408–1413.
26. Richards J. C. *Curriculum Development in Language Education* / J. C. Richards. — London : CUP, 2001.
27. Smith V. L. Anthropology and Tourism: A Science-Industry Evaluation / V. L. Smith // *Annals of Tourism Research.* — Vol.7. — №1. — 1980. — P. 13–33.
28. *Tourism Market Trends 2001.* — Madrid : WTO. — 2001
29. UNESCO [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://portal.unesco.org/culture/>. — Назва з екрана.
30. UNESCO International Symposium on the Silk Roads. Xi'an Declaration. — 2002.
31. Urry J. *Consuming Places* / J. Urry. — London : Routledge, 1995.
32. Zukin S. *The culture of cities* / S. Zukin. — Oxford : Blackwell, 1995.

References

1. Gordin V. E. Teoreticheskiye i prakticheskiye podkhody k razvitiyu kulturnogo turizma / V. E. Gordin. M. D. Sushinskaya. I. Yatskevich // *Konvergentsiya kultury i turizma na poroge XXI veka.* — SPb. : Edinburg. 2000.
2. *Deklaratsiya prav kultury (proyekt).* — SPb. : SPbGUP. 2000.
3. *Deklaratsiya terpmosti UNESCO. 1995 g.* — M.. 1996 — S. 9–10.
4. Dragichevich-Sheshich M. Menedzhment v oblasti kulturnogo naslediya [Elektronnyy resurs] / M. Dragichevich-Sheshich. — Rezhim dostupa: www.culturalmanagement.ru/biblio/Nasl — Zagl. s ekrana.

5. Evropeyskaya assotsiatsiya po obrazovaniyu v sferakh turizma i otdykha (ATLAS) [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: www.atlas-euro.org. — Zagl. s ekrana.
6. Kumskov N. V. Kulturnoye naslediyе i protsessy globalizatsii / N. V. Kumskov // Vestn. KRSU. — 2011. — Tom 11. — № 6. — S.115–118.
7. Mizhnarodni normatyvni akty UNESCO.— Moskva: Lohos, 1993. — S. 290–301.
8. Moshnyaga E. V. Mezhdunarodnyy kulturnyy turizm kak faktor mezhkulturnoy kommunikatsii / E. V. Moshnyaga // Nauch. tr. Moskovsk. gumanitar. un-ta. — 2005. — Vyp. 55. — S. 128–147.
9. Nikishin N. A. Tekhnologii kulturnogo turizma: printsip partnerstva na regionalnom i mestnom urovnyakh [Elektronnyy resurs] / N. A. Nikishin — Rezhim dostupa: www.culturalmanagement.ru/infocenter/cid=2&aid=761. — Zagl. s ekrana.
10. Amin A. H. Cities: Re-imagining the Urban / A. H. Amin, N. Thrift. — Polity Press, 2002.
11. Ashworth G. J. «Conservation of the built environment in the Netherlands», in: Phelps, Ashworth & Johansson (eds), The construction of Built heritage: a north European perspective on policies, practices and outcomes, Ashgate, London, 2001.
12. Cernea, Michael M. Cultural Heritage and Development: a framework for action in the Middle East and North Africa. The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Washington, 2001.
13. Cohen E. Authenticity and Commoditization in Tourism // Annals of Tourism Research. — Vol.15. — №3. — 1988. — P. 371–386.
14. Cultural Heritage and Tourism Development. — Madrid: WTO, 2001.
15. Cultural Proprtis in Policy an Practic: a Reviwe World Bank Experionct Documtnt of World Bank [Electronic resource]. — Access : <http://www-ws.worldbank.org>. — Title from screen.
16. Fusco Girard L. Cultural tourism: From cultural fruition to cultural communication and production. Int. J. Serv. Technol. Manag. — №10.— 2008. — P. 15–28.
17. Hospitality, Tourism and Leisure Management : Issues in Strategy and Culture. London, 1997. — C. 56–58.
18. ICOMOS Tourism Handbook for Heritage Site Managers. — ICOMOS, 1993.
19. Lee T. H., Crompton J. Measuring Novelty Seeking in Tourism // Annals of Tourism Research. — Vol.19. — 1992. — P. 732–751.
20. McCann J. E. The cultural politics of local economic development: Meaning-making, place-making and the urban policy process. Geoforum. — №33. — 2002. — P. 385–398.
21. Nash D. Anthropology and Tourism / D. Nash, V. L. Smith // Annals of Tourism Research. — Vol.18. — 1991. — P. 12–25.
22. Pine B. J. Ii. The Experience Economy / B. J. Ii. Pine, J. H. Gilmore. — Harvard Business School Press. — Boston, Ma. — 1999.
23. Ray C. Culture, intellectual property and territorial rural development / C. Ray // Sociologia Ruralis. — №38. — 1998. — P. 3–20.

24. Richards G. (2003) What is Cultural Tourism? In van Maaren, A. (ed.). *Nationaal Contact Monumenten*. [Electronic resource] / G. Richards. — Access : http://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism. — Title from screen.
25. Richards G. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? / G. Richards, J. Wilson // *Tourism Management*. — Vol. 27. — № 6. — 2006. — P. 1408–1413.
26. Richards J. C. *Curriculum Development in Language Education* / J. C. Richards. — London : CUP, 2001.
27. Smith V. L. *Anthropology and Tourism: A Science-Industry Evaluation* / V. L. Smith // *Annals of Tourism Research*. — Vol. 7. — № 1. — 1980. — P. 13–33.
28. *Tourism Market Trends 2001*. — Madrid: WTO, 2001
29. UNESCO [Electronic resource]. — Access : <http://portal.unesco.org/culture/>. — Title from screen.
30. UNESCO International Symposium on the Silk Roads. Xi'an Declaration. — 2002.
31. Urry. J. *Consuming Places* / J. Urry. — London : Routledge, 1995.
32. Zukin S. *The culture of cities* / S. Zukin. — Oxford : Blackwell, 1995.

■ UDC 930.85: 008(091) 338

CULTURAL TOURISM: FROM THE OLD CONTENT TO THE NEW CONCEPT

Bozhko L. D., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Doctoral student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

bozhkolubov@rambler.ru

The aim of the paper is to consider fundamentals of cultural tourism and analyze the conditions that have caused its rapid development in the late 20th century — early 21st century.

Research methodology. The study is based on the cultural approach and diachronic and synchronic methods.

Results. Conceptual essence of cultural tourism has changed the process of historical development. Some foreign researchers interpret cultural tourism as an ideal sphere to study the nature of cultural reproduction and consumption of tourist art, artistic heritage, folklore and other manifestations of culture. In opinion of many scholars (Urry 2001, Richards and Wilson, 2006) in the last decade culture has become one of the most important components of tourism system. The growth of cultural consumption (art, cuisine, fashion, music) and industries related to it facilitate the development of «symbolic economy» of the city. Globalisation, demographic changes, technological development and change of value system of consumers have formed the demand for a new tourism product in the epoch of post-materialism. The so-called experience-based tourism (tourism, based on life experience / adventure) is a new concept aimed to satisfy the new requirements.

Data are given about the phenomenon of virtualization of cultural heritage. Its object can be placed in the global information space, where it will be promoted and broadcasted via different network communities. Conclusions are drawn that

the development of cultural tourism is an evolutionary continuation of tourism development in general, caused by the requirements of society development process at the present stage. The results of the study suggest that it is a basis for the new survey in cultural tourism.

Novelty. The author raises the issue of the importance of cultural tourism as one of the priorities of human values.

The practical significance. The paper may be of a particular interest to the specialists and lecturers in tourism disciplines to contribute to the curriculum development, guidance papers and scientific theorizing.

Key words: *cultural tourism, cultural heritage, Digital Culture, or the E-culture, levels of cultural tourism.*

Надійшла до редколегії 03.02.2016 р.