

**Цитування:**

Дичковський С. І. Динаміка культурного потенціалу туристських практик в контексті індивідуалізації буття сучасної людини. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2020. № 4. С. 11-20.

Dychkovskyy S. (2020). Dynamics of cultural potential of tourist practices in the context of individualization of the existence of modern man. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 4, 11-20. [in Ukrainian].

*Дичковський Степан Іванович,*  
кандидат педагогічних наук, доцент,  
директор Інституту практичної культурології  
та арт-менеджменту  
Національної академії керівних кадрів  
культури і мистецтв  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4771-4521>  
227@ukr.net

### **ДИНАМІКА КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТСЬКИХ ПРАКТИК В КОНТЕКСТІ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ БУТТЯ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ**

**Мета роботи.** Дослідити динаміку культурного потенціалу туристських практик в контексті індивідуалізації буття сучасної людини. **Методологія дослідження** передбачає застосування історичного, бібліографічного та аналітичного методів. **Наукова новизна** роботи полягає у виявленні ключових характеристик туризму в умовах розвитку цифрового суспільства, що обґрунтовують його інформаційну спрямованість та підвищення його соціальної і духовної значимості в системі сучасних туристських практик.

**Висновки.** У ХХІ столітті туристичні практики розвиваються під впливом цифрових технологій. Завдяки цифровим технологіям сучасне суспільство стає глобальним мережевим медіа-проектom, яке представлене в Інтернеті та засобах масової інформації. В даний час спостерігається відсутність єдиного підходу до концептуалізації сутності туристичних практик в контексті становлення інформаційного суспільства та культурологічне осмислення трансформацій, викликані розвитком віртуального туристичного простору, що ставить перед дослідниками завдання, які вимагають свого розв'язання.

**Ключові слова:** туристські практики, культурний потенціал, культурні практики, інформаційне суспільство, масова культура.

*Dychkovskyy Stepan, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor Director of the Institute of Practical Cultural Studies and Art Management the National Academy of Culture and the Arts Management*

**Dynamics of cultural potential of tourist practices in the context of individualization of the existence of modern man**

**The purpose of the article** is to investigate the dynamics of the cultural potential of tourism practices in the context of the individualization of modern man. **The methodology** involves the use of historical, bibliographic, and analytical methods. **The scientific novelty** of the work lies in the identification of key characteristics of tourism in the development of digital society, which justify its information orientation and increase its social and spiritual significance in the system of modern tourism practices. **Conclusions.** In the 21st century, tourism practices are evolving under the influence of digital technologies. Thanks to digital technologies, modern society is becoming a global online media project, which is presented on the Internet and in the media. Currently, there is a lack of a unified approach to conceptualizing the essence of tourism practices in the context of the information society and cultural understanding of the transformations caused by the development of virtual tourism space, which poses challenges to researchers.

**Key words:** tourist practices, cultural potential, cultural practices, information society, mass culture.

Актуальність теми дослідження. Туризм як глобальний культурний феномен відображає процеси створення, трансляції і відтворення поведінкових стратегій, що реалізуються туристами в кожній історичній епосі. Множинність культурних смислів в практиках сучасного туризму пов'язана зі збільшенням інтенсивності просторової

мобільності в умовах наростання темпів глобальних цивілізаційних процесів, «стиснення» географічного простору завдяки зростанню швидкості подорожей, прискорення віртуалізації всіх сфер суспільного життя під впливом цифрових технологій, інноваційними змінами у способі та стилі життя, що прискорюють трансформації соціокультурних

стереотипів, типів споживання і моделей комунікації. Для сучасного туриста актуальним стає задоволення індивідуальних потреб в освоєнні культурних цінностей під час подорожі, в пошуку нового досвіду бачення світу, розвитку творчих здібностей, що обумовлює появу чисельних туристичних практик, орієнтованих на інтерактивну поведінку.

Аналіз досліджень і публікацій. Як зазначає російська дослідниця О.В. Лисікова, стійкий дослідницький інтерес до соціальних і культурних практик вбачається в конструюванні ідентичності туриста в процесі подорожі, в практиках якого чергуються періоди реального, віртуального, ідеального і рефлексивного туризму. Сучасний турист перебуває між освоєнням символічного простору і його присвоєнням, між культурними практиками пізнання і споживання в їх тісному взаємозв'язку [17]. Культурні практики туриста насичені символами і смислами демонстративного споживання, формують просторово-часові і символічні поля взаємодій між ним і місцевими жителями, працівниками сфери туризму і гостинності, іншими туристами та стають основою для систематизації свого і чужого емпіричного досвіду. В системі композицій індивідуальних, групових, колективних практик розвиваються такі типи практик як просторові, мобільні, тілесні, сенсорні, семіотичні, естетичні, когнітивні, етичні, автентичні [18].

Останнім часом поняття практика, з багатою палітрою всіх його смислових відтінків, використовується як одна з основних категорій в антропології, філософії, історії, соціології, політології, культурології, лінгвістиці й ін. (повсякденні практики, неформальні практики, практики розваг, практики обміну, тілесні практики, перформативні практики тощо) для створення різних ментальних конструкцій і картини світу та пояснення особливостей буття людини й механізмів їх взаємодії між собою, стверджує українська культурологиня О.Р. Копієвська [16]. На думку дослідниці, звернення до категорії «практика» й актуалізація дослідження культурних практик обумовлюється зміною парадигми мислення й усім комплексом поворотів, які відбуваються в другій половині ХХ ст., що засвідчує міждисциплінарний характер цього концепту.

Поняття «культурні практики» стало широко використовуватися у 70-і роки ХХ століття завдяки працям представників

Бірінгемської школи сучасних культурологічних досліджень, що критикували поділ на високу культуру і культуру реального життя, різні підходи до історії та сьогодення, теорії і практики та декларували міждисциплінарний підхід. Досліджуючи такі культурні практики як кіно, туризм, реклама, шопінг та інші, як нові зразки й норми соціальної поведінки та частину багатоаспектного і комплексного культурного процесу, пов'язаного з повсякденним буттям людини, вчені засвідчили, що це базисна, фундаментальна структура, що належить до найбільш значимих культурних універсалій [39].

Концептуалізація культурних практик крізь призму символічного культурного капіталу простежується в праці П. Бурдьє «Відмінності. Соціальна критика судження смаку» [7, 25–48]. Запропонований ним підхід до визначення усталеного списку культурних практик і особливостей культурного споживання дозволяє проектувати їх на практики туризму в контексті динаміки споживання туристичних послуг, картографування соціокультурного простору, конструювання культурних фреймів туризму. У 1990-х роках американський дослідник Річард Петерсон, на підставі аналізу даних емпіричних обстежень, вирізняє нову тенденцію у розвитку культурних практик, яка отримала розвиток у концепті культурно-всесідного індивіда [37, 257–282]. Петерсон наголошує, що змістовне наповнення всесідності базується на поєднанні елітної та популярної культури й демонструє кращу обізнаність окремих соціальних угруповань у різних сферах культури і дозвілля, що характерно для постіндустріального, інформаційного суспільства.

Соціальні практики, як впорядкована сукупність навичок доцільної діяльності, розглядаються в роботі Волкова В.В. та Хорхордіна О.В. «Теорія практик» Теорія практик - це своєрідна карта феноменів культури, знань, життя, традицій, мислення, яка розкривається через стратегії діяльності людини, яку науковці визначають як «*Homo practicing in late-modernity*». Серед основних рис, що властиві практикам, в тому числі і туристичним, автори виділяють високу мобільність і відсутність фіксованого місця, гнучку мережеву організацію без жорсткої ієрархії, маніпулювання ідентичністю, включаючи її імітацію, творчу адаптацію до своїх цілей, запозичення у противника навичок і технологій, що дозволяють виробляти свій

стиль діяльності в просторі невизначеності і обмеження ресурсів [8].

Процес інституалізації туристичних практик, їх соціально-філософських й культурологічних аспектів та просторово-часових констант розпочався в другій половині ХХ століття, коли в попиті і пропозиції на ринку туризму відбулися докорінні зміни. З одного боку, інтенсифікація праці призвела до різкої актуалізації потреби у відпочинку (рекреації), а з іншого боку, завдяки розвитку економіки (зростання особистих накопичень, розвиток інфраструктури) з'явилася можливість реалізувати цю потребу в новій якості - як туристичної практики [19]. Саме за цих умов, що докорінно змінювали суспільні моделі життєдіяльності людства, масовий конвеєрний туризм трансформувався в масовий диференційований та перетворився у форму проведення дозвілля. Цю думку продовжує А.В.Овруцький, який зазначає, що оскільки громадські інститути трансформуються разом з усім суспільством, і поява суспільства споживання не могло не позначитися на туристичних практиках, туризм як масове явище мав вбудуватися в механізми функціонування сучасного суспільства, в тім числі і в процесі масової культури [23].

Осмилюючи туризм як метакультурний феномен, Дж. Уррі вважає, що туристичні практики набувають транснаціонального характеру, оскільки сфера глобальної туристичної діяльності все більше перетинається із загальною «економікою знаків», вторгаючись в різні простори споживання, а в її межах виявляється безліч інститутів і форм, впливу яких важко уникнути [31, 136–150]. До цього гібриду глобального порядку відносяться транспортні перевезення, готельний бізнес, організація подорожей, об'єкти глобального туризму і туристична інфраструктура, виробництво глобальних символів і локальних знаків, репрезентація туристичних образів через пресу, телебачення, Інтернет та інші речі.

У контексті розробки нової парадигми мобільності, Дж. Уррі особливу увагу приділяє соціально-просторовим моделям мобільності, розглядаючи їх як феномени, що належать перш за все до області соціальних відносин і соціальних практик. Універсальною рисою функціонування цих практик є необхідність присутності в певних місцях, що споріднює уявлення Уррі з ідеями габітусу у П'єра Бурдьє. Дж. Уррі вирізняє наступні види мобільних практик: тілесне переміщення

людей заради роботи, дозвілля, сімейного життя, задоволень, міграції в умовах різних просторово-часових моделей; фізичне переміщення об'єктів між виробниками, споживачами та продавцями; уявні переміщення за допомогою образів місць і людей, що досягається за рахунок перегляду друкованих або візуальних носіїв інформації; віртуальні подорожі, що відбуваються часто й в реальному часі; комунікаційні подорожі за допомогою обміну повідомленнями, листами, телефонними дзвінками [32].

Одна із форм мобільності, виділених Дж. Уррі – це «туристичні подорожі з метою відвідування місць і подій, заради задоволення різних почуттів, особливо «туристичного погляду», пов'язана з реалізацією низки перформативних практик. «Місця не є зафіксованими, даними назавжди і незмінними, вони частково залежать від практик, які в них розгортаються... Місця викликають різні види «уявлень» (performances) і, отже, без цих «уявлень» протягом якогось часу вони змінюються і стають іншими» [32]. Аналіз мобільних практик передбачає і розгляд наслідків для тих народів і місць, які найбільш піддаються змінам в рамках виникаючих патернів глобального подорожі, соціальним та культурним впливам практик мобільності на самих туристів. Зокрема, практики «тілесних» туристичних подорожей підвищують мобільність одних «місць для дозвілля», при цьому посилюючи нерухомість інших, що, в свою чергу, спонукає їх змінюватися для того, щоб задовольняти запит глобальних туристів на «свіжість сприйняття».

За висловом З. Баумана, в сучасному світі основним мотивом туристичної діяльності виступає необхідність отримання задоволення від відпочинку з максимальним негайним ефектом, оскільки «гра життя швидка, вона не дає часу зупинитися, подумати і виробити якийсь план» [4, 133–154]. В перенасиченому інформацією світі увагу привертають найбільш дефіцитні ресурси і тільки шокуючі повідомлення, тому досвід, який можна почерпнути з такого світу, не дозволяє виробити послідовної життєвої стратегії. В умовах швидкоплинних соціокультурних процесів переваги надаються коротким подорожам до потенційно цікавих об'єктів, а змістовне наповнення сучасних туристичних практик набуває нових якостей – це переважно розваги.

Розглядаючи стратегії розвитку масового туризму з точки зору використання

споживацьких та дозвіллевих практик, Ж. Бодрійяр звертає увагу на культурний контекст місця відпочинку, роль симулякрів і знаків у сприйняття його в процесі симулятивного споглядання. В умовах розростання глобальних зв'язків, місце перестає бути просто локусом, в свідомості громадянина суспільства споживання воно набуває ілюзорних аспектів і смислів, стає критерієм престижу і зразком розкішного споживання, який став доступний масовому споживачеві завдяки телебаченню і засобам масової інформації [5]. Сучасний турист перебуває в просторі нескінченного різноманіття образів, текстів, символів, знаків, що вимагають як особистого осмислення, так і зовнішніх інтерпретацій.

Мета статті полягає у дослідженні динаміки культурного потенціалу туристських практик в контексті індивідуалізації буття сучасної людини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливості туристських практик, характерних для різних етапів туристичної подорожі, розкривають сучасні соціологи й культурологи. Зокрема, одні дослідники характеризують туристів як «порогових людей» (ліміналів), що отримують досвід знаходження в перехідному стані, пов'язаному зі зміною їх соціального статусу, цінностей і норм при підготовці до подорожі, під час перебування в ній та після повернення додому; інші дослідники вивчають досвід, що виникає в результаті взаємодії туристів і туристичних дестинацій, в результаті чого туристський досвід стає соціально значущим [42, 84–98].

Хоча феномен туризму відіграє найважливішу роль каналу культурної міжцивілізаційної взаємодії, проте необхідно відзначити, що споживчі пріоритети сучасного суспільства ведуть до масових просторових практик туризму, нівелюючи його початковий когнітивний потенціал [24]. В цьому контексті, набуває актуальності оцінка та трактування побаченого туристом з точки зору власної культурної практики. Людина, що пізнає, не лише має слухати розповіді і спостерігати, але й розкодувати культурні символи дестинації, особисто «розшифровуючи» зміст пам'яток історії, шедеврів архітектури, «витворів природи», тим самим освоюючи інший соціокультурний простір, актуалізуючи традиції і новації власної культури [3]. Туризм як проекція майбутнього розвитку культури, за допомогою туристських практик змінює світогляд, ламає небажані стереотипи, формує толерантність, відкритість і дружелюбність.

Розглядаючи туризм в системі інших видів соціально-культурних практик (клубної, музейної, паркової, бібліотечної та т. д.), А.В.Алхутов виділяє характерні риси практик туристичної діяльності, що здійснюються у вільний час за межами виробничої, навчальної та іншої діяльності, відрізняються свободою вибору, добровільністю, відсутністю непорушних обов'язків, спрямовані на саморозвиток, самореалізацію, передбачають рекреацію, спілкування, вимагають прояву активності, ініціативності з боку індивідуумів і груп [2], а А.С.Галіздра в виділяє наступні рівні простору туристських практик: географічний рівень, рівень життєвого простору особистості, рівень культурного простору, рівень соціального простору [9, 249–253].

Для того, щоб залучити нових туристів в туристичні практики, придумуються нові критерії ексклюзивності – це можуть бути особливі території і пам'ятки, доступ до яких обмежений, особливі види транспорту, специфічні, часом ризиковані розваги або гранично індивідуалізовані маршрути, пропонуються незвичайні гостинні послуги [34, 34–46]. Тому у Кодексі етики Світового туризму Організації Всесвітнього туризму, прийнятого 1 жовтня 1999 року на конференції в Сантьяго, особливо підкреслюється: діяльність по туризму повинна проводитися в гармонії з атрибутами і традиціями приймаючого регіону і країн і відповідно до їхніх законів, практик і звичаїв, що досягається шляхом взаємної відповідальності місцевого населення і туристів та загальної гуманістичної спрямованості туристичних гостинних практик.

У книзі М.Маяцького "Курорт Європа", зібрані есе про те, як змінилися дозвіллеві та туристичні практики на континенті в індустріальну та постіндустріальну епохи, пройшовши шлях, за словами автора «від елітарного туризму через стадно-конформістський до нарцисично-вимогливого» [21]. Для європейців головним сенсом життя перестає бути робота, а її місце займають навчання, захоплення, розваги, подорожі. Цілі індустрії (рекламна, торгова і т.д.) обслуговують генерацію шопоголіків, завсідників клубів та барів, життя яких протікає в канікулярному ритмі. Європа вже майже не виробляє матеріальних продуктів, вона перетворилася в готельно-ресторанний континент, природно-культурний «курорт» стверджує есеїст. Особливо це характерно для таких міст, як Лондон, Париж, Мадрид,

Амстердам. Навіть свої «автентичні» сувеніри європейська сфера туризму і гостинності переважно завозить з Китаю. Однак в перспективі, розвиток лише рекреаційних комплексів та інших закладів туристичної інфраструктури не дасть змогу уникнути жорсткої конкуренції світових курортних регіонів, доцільно розвивати й інший концептуальний пласт дозвілля, пов'язаний з так званим "когнітивним капіталізмом".

Саме дозвілєві практики, серед яких варто назвати мережеву творчість, історичні реконструкції, відвідування культурно значущих місць (театрів, музеїв тощо.), пов'язують воєдино сферу повсякденного досвіду сучасної людини, орієнтованої на інтерактивну поведінку. Різновидом дозвілєвих практик є віртуальні подорожі до «місць пам'яті», що структурують наш повсякденний досвід та культурний туризм, що виступає однією з форм поведінки, обумовленою системою самопрезентації в суспільстві споживання [30]. Мелані К. Сміт в своїй роботі «Дослідження культурного туризму» аналізуючи різні аспекти і прояви його розвитку, узагальнює практики сучасного культурного туризму, серед яких особливо виділяє міський туризм, подієвий, відвідання об'єктів світової культурної спадщини, фестивальний туризм, а також етнічний культурний туризм, культурний туризм в індустріальних і сільськогосподарських регіонах. Авторка відзначає, що різноманітність соціокультурних практик культурного туризму дозволяє розглянути їх в контексті чинників глобального і регіонального розвитку [40].

Розвинена індустрія туризму виступає однією з характеристик споживання в епоху постмодерну, а туризм є поширеним масовим феноменом із власним комплексом інтеракцій, та фреймів сприйняття, властивих туристам [27, 50–56]. Зростання рівня доходів населення розвинутих держав і розвиток дозвілля призвели до комодифікації туризму, як прояву демонстративного споживання і проведення часу, вільного від роботи, перетворивши туристичні послуги на товар споживчого ринку. Туристичні практики, при цьому, змішуються з іншими практиками споживання та стимулюють розвиток суміжних сфер послуг [25, 104–109]. Породжуючи глобальні форми споживання, туризм створює нові моделі споживчих практик туристів. Особливий вплив на вектори споживчої поведінки мають соціо-демографічні характеристики, серед яких зростаюча

урбанізація та проживання людей в мегаполісах, скорочення частки вільного часу, підвищення інтенсивності праці, старіння суспільства, зростання частки самотніх людей - всі ці чинники відбиваються на практиках туристичного споживання. В дисертації Є.В. Малишевої виділені моделі споживчих практик в пострадянському туризмі: демонстративна (придбання або підвищення соціального статусу за допомогою туристичних поїздок); візуальна (споживання зорових образів, які супроводжують туристичну сферу і виконують функції ідентифікації; заміщення, відшкодування втрачених емоцій, самоіндукції симулякра). Відповідність туристичного пакета даними моделям, поряд з якістю туристичних послуг, виступає важливим фактором споживчої задоволеності в туризмі [20].

Глобальний розмах туристського споживання культурних пам'яток, природних комплексів та образів місць під час реалізації сучасних туристських практик призвів до виробництва і структурування простору, зміни його текстури, що в сукупності з споживчої стратегією туризму впливає на культурний простір, підпорядковуючи його буття власним цілям і завданням, констатує А.С.Галіздрі [10]. Згідно дослідження Б. Куїнна потоки туристів до Венеції витісняють місцевих жителів, й одне з найбільш відвідуваних міст світу стає мало пристосованим для спокійного повсякденного життя [38]. Вчений наводить переконливі факти, що демонструють перманентний конфлікт між місцевими жителями і туристами: місто пропонує все менше можливостей для місцевих жителів і все більше послуг для туристів; за останні 70 років населення історичного центру міста скоротилося майже втричі; якість життя знизилася через активізацію транспортних і екскурсійних потоків. Водночас працевлаштування поза сферою туризму та гостинності майже неможливе як і вільний доступ до культурних пам'яток, тому наростають прояви овертуризму, коли жителі міста вимагають обмежити доступ туристів. Подібні тенденції спостерігаються в інших туристичних центрах Італії. Зокрема, Фонд Ромуальдо дель Бьянко у Флоренції, щоб не повторити сценарій розвитку Венеції, виступив з ініціативою налагоджувати міжкультурний діалог в пошуках нового сенсу і нового стилю туризму, що не зводиться лише до споживчих практик.

Сучасна система туризму, репрезентуючи численні практики мобільності, створює

потоки глобальних споживачів місць відпочинку по всьому світу і таким чином призводить до поляризації туристських культурних об'єктів і автентичного культурного ландшафту. В цьому контексті цікавий підхід М.В. Скопіної до нових місць в системі глобального туризму, якими можуть стати теперішні «не-місця». На протигагу французькому антропологу і соціологу М.Оже, який ввів термін «не-місця» (non-places) і декларує, що органічне соціальне життя в яких не можливе [36], вона вважає, що особливість цих місць в тому, що вони можуть «трансформуватися із нікому невідомих місць в спеціальні туристичні місця» [29, 66–71], відповідно з наділенням їх значення туристської дестинації.

Проблематика дослідження динаміки вітчизняних культурних практик з позиції культурного споживання й туристичних практик, як виду соціально-просторової організації середовища, досліджується в працях українських науковців, серед яких варто згадати Л.Скокову, Г.Меднікову, Д.Приймак, М.Шевчук, І.Козлову, І.Грабовець, Л.Божко та ін. Зокрема, у монографії Л.Сковової на підставі даних моніторингу Інституту соціології НАН України “Українське суспільство” та інших репрезентативних опитувань представлено системне дослідження культурних практик у ракурсі сучасних теоретичних підходів до їх вивчення, а також особливостей прикладних аспектів аналізу їх розгортання у повсякденному житті різних груп соціуму [28], а автори аналітичної доповіді "Культурні практики і культурна політика. Актуальні питання соціокультурної модернізації в Україні", до культурних практик відносять: дозвільні практики (відвідування театрів, музеїв, художніх виставок, перегляд телепередач), музичні вподобання, практики читання та інтернет як дозвілля та джерело культурного контенту [13].

Філософсько - культурологічні та соціально-економічні аспекти туризму досліджуються в колективній монографії «Феномен туризму: розмаїття сенсів» [33]. Автори розглядають туризм як специфічну сферу життєдіяльності та соціокультурної практики сучасної людини. Розглядаючи гуманітарну складову, питання практики в галузі туризму, які пов'язані з виникненням нових сенсів та конфігурацій зазначеного феномену, науковцями зазначається, що відбуваються модифікації як моделей туризму, так і методології дослідження. Аналіз цих

проблем окреслює перспективні напрями спеціалізованого туризму, що представлені у контексті нової взаємодії «суспільство – туризм – людина».

Сучасний туризм все більшою мірою перетворюється на культурний туризм, що характеризує націленість туриста на освоєння, перш за все, культурних цінностей в подорожі та створення власних смислів в процесі споживання. Розвиваючись в цілому в контексті масової культури, культурний туризм може виступати й її антитезою, якщо він формується як культурна практика і перебуває в контексті альтернативних технологій, альтернативних контркультур. Туризм як стиль життя і життєва стратегія є однією із найпотужніших культурних практик сьогодення, оскільки трансформує культуру, яка стає простором для самореалізації та самоідентифікації людини, набуття нового досвіду для своєї креативної діяльності [22, 30–39]. Втім, як вважає Г.А.Гарбар, культурологічні практики туризму є відносно новою і нерозвіданою формою здійснення туристичної діяльності, Якщо подивитись на цю форму більш детально, то культурологічна практика призначена: ознайомитись з іншою культурою; стати активним учасником діалогу культур; сприяти виробленню установки на розуміння (чужої культури, способу життя тощо); навчитися жити за принципами мовної і соціокультурної толерантності; перевірити рівень своїх знань на практиці, поєднати знання про культуру і саме про життя; бачити себе в культурі та культуру в собі; стати носієм культури; сформувати в собі чітку систему цінностей [11, 141–148].

Своєрідним фактором інституалізації культурних практик подорожування, зокрема туризму, стверджує Д.Приймак, є релігійне паломництво, що дає можливість визначити його як сучасну інноваційну технологію. Диференціація туристичної діяльності та паломництва у контексті глобалізаційних процесів сучасності - це новітня тема, яка говорить про те, що екстенсивний принцип пересування, досягнення святинь, а також інтенсивний спосіб комунікації, коли включаються всі ресурси візуалізації інформації, зокрема віртуалізації, а також широкий обмін місцями і презентація місць, стають конкурентами практиками щодо масової культури, стають реаліями альтерглобалізму, а також віртуалізації і технологічної оснастки всього віртуального, візуального та образного комплексу, який пов'язаний з широким полем

культуротворення як репрезентативного механізму [26].

Оскільки туризм є впливовим і масовим явищем та відповідає на потреби держави через конструювання туристичних об'єктів і маршрутів, то особливий зв'язок існує між станом суспільного розвитку, актуальною державною політикою та ідеологією і розвитком туристичних практик, вважає М.Шевчук [35, 98–101]. Шляхом організації туристичних маршрутів, їх змістовним наповненням історичними, культурними пам'ятками та іншими туристичними об'єктами, формується образ місцевості, що стала об'єктом туристського інтересу. Втім, як зазначає науковець, сучасні туристичні практики централізовано неорганізовані та ідеологічно ненавантажені. З одного боку, це досягнення демократичності нашого суспільства, з іншого – пояснюється і відносною занедбаністю з боку владних структур дозвілля нації та питань національної розбудови загалом.

Останнім часом інтерпретативний контекст туристичної діяльності суттєво розширився під безпосереднім впливом практик споживання соціального простору туристами, чинниками розвитку яких доцільно назвати: мотиваційне різноманіття, проникнення у сфери освіти й науки (науковий туризм, стажування в закордонних університетах, культурні обміни), бізнесу (організація зустрічей персоналу транснаціональних корпорацій у певній destinations, шопінг-тури), релігії (організовані паломницькі тури) тощо; ускладнення діяльнісного контексту реалізації, зокрема фізичного здійснення набувають віртуальні та уявні схеми (наприклад, подорож через Інтернет). Чимало вітчизняних науковців трактують туристичні практики як механізм освоєння різних видів зовнішнього простору (географічного, культурного, соціального, політичного) в процесі спілкування, комунікації, людської діяльності [12, 62–68] чи як дії, скеровані на зумисне та незумисне (пере) творення соціального простору й використання різноманітних соціальних конструктів [15, 385–389].

Туристичні практики І.Козлова розглядає як один з факторів перетворення соціальної й культурної сфер життя міста, змін міського простору, зокрема міста Львова. Ґрунтуючись на тенденціях, отриманих результаті факторного аналізу, всі туристичні практики місцевих жителів і гостей міста авторка статті об'єднала у три групи практик, відмітивши, що

дана класифікація може бути стандартною для усіх українських міст. До культурно-мистецьких віднесені: відвідування музеїв, галерей, виставок; відвідування театрів; відвідування релігійних об'єктів. До практик гедоністичного характеру: відвідування концертів, фестивалів; посиденьки в кафе/кав'ярнях/ресторанах; відвідування торгово-розважальних комплексів; походи по магазинах; екскурсії за місто; відвідування розважальних закладів (нічних клубів, казино та інше). До пізнавальних практик, на думку вченої, належать: екскурсії містом у супроводі гідів; самостійні екскурсії містом (огляд визначних пам'яток) [14]. Здійснивши аналіз вподобань туристів, які відвідують Львів, було встановлено, що перевагу надають здійсненню пізнавальних практик, у другу чергу здійснюють культурно-мистецькі практики, а уже в третю — гедоністичні практики.

Майбутнє світової цивілізації у XXI ст. безпосередньо залежить від вектору культурних трансформацій, а також від того, як людство скористається можливостями «NBICСконвергенції», і виявиться здатним дати адекватні відповіді на виклики і загрози сучасності [1, 8–9]. Розширення функціонального діапазону туристичних практик, відбувається за рахунок зростання попиту на нетрадиційність і маргінальність, епатаж та ексцентричність, ризик і небезпеку, що свідчить про формування нових моделей поведінки споживачів туристичних послуг, адекватних новій цифровій епосі.

Якщо протягом тривалого періоду, аж до кінця XX ст. усі туристичні практики відбувалися виключно в просторових координатах, то під впливом цифрових технологій розвинулися інноваційні продукти і послуги, що сприяли зміні способів мандрівок, а також форм перебування в іншому місці. Сучасний туризм лише відтворює форму і частково структуру класичної подорожі, особливо це стосується віртуального туризму, який підміняє собою і справжню подорож, і реальний туризм. Для кожного виду віртуального туризму характерний свій тип туриста: віртуальні ваганти, екстремали, колекціонери тощо [6, 11–15].

Наукова новизна роботи полягає у виявленні ключових характеристик туризму в умовах розвитку цифрового суспільства, що обґрунтовують його інформаційну спрямованість та підвищення його соціальної і духовної значимості в системі сучасних туристських практик.

Висновки. У ХХІ столітті туристичні практики розвиваються під впливом цифрових технологій. Завдяки цифровим технологіям сучасне суспільство стає глобальним мережевим медіа-проектom, яке представлено в Інтернеті та засобах масової інформації. В даний час спостерігається відсутність єдиного підходу до концептуалізації сутності туристичних практик в контексті становлення інформаційного суспільства та культурологічне осмислення трансформацій, викликані розвитком віртуального туристичного простору, що ставить перед дослідниками завдання, які вимагають свого розв'язання.

### Література

1. Адамовська М. Вітчизняний туризм у контексті світових тенденцій // Актуальні питання туризмології та туристичної практики : зб. матеріалів наук.-практ. конф., присвяченої 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України (м. Київ, 18 квітня 2019 р.) / [за ред. : Т. Сокол, Т. Семигіної]. Київ : АПСВТ, 2019. С. 8–9.
2. Алхутов А. В. Туризм как способ взаимодействия культур : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. культурологии : спец. 24.00.01. Краснодар, 2009. 23 с.
3. Ачмиз А. К. Туризм как сфера общественной жизни: опыт социально-философского исследования : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филос. наук : спец. 09.00.11. Майкоп, 2010. 167 с.
4. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. 1995. № 4. С. 133–154.
5. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / пер. С. Н. Зенкин. Москва : Добросвет, 2000. 387 с.
6. Божко Л. Д. Віртуальна культура в епоху постмодерну: туристські практики // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2016. № 4. С. 11–15.
7. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. 2005. Т. 6, № 3. С. 25–48.
8. Волков В. В., Хархордин О. В. Теория практик. Санкт-Петербург : Европейского университета, 2008. 298 с.
9. Гализдра А. С. Социокультурные практики туризма: риск как неизбежность // Общество риска и человек в ХХІ веке: альтернативы и сценарии развития. Москва-Саратов : Наука, 2006. С. 249–253.
10. Гализдра А. С. Феномен туризма: социально-философский анализ : автореф. дис. на получение науч. степени канд. филос. наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия и философия истории». Саратов, 2006. 23 с.
11. Гарбар Г. А. Культурный туризм в контексті масової культури // Гуманітарний вісник ЗДІА. 2014. № 56. С. 141–148.
12. Грабовець І. В. Туристична поведінка як форма сприйняття соціального простору особистістю // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2017. Вип. 75. С. 62–68.
13. Ермолаев А., Левцун О., Мельничук О., Щербина В. Культурні практики і культурна політика. Актуальні питання соціокультурної модернізації в Україні: Аналітична доповідь. Київ 2012. URL: [http://ifteatr.org.ua/load/kulturni\\_praktiki\\_i\\_kulturna\\_politika/4-1-0-395](http://ifteatr.org.ua/load/kulturni_praktiki_i_kulturna_politika/4-1-0-395) (дата звернення: 13.08.2020).
14. Козлова І. В. Туристичні практики як інструмент зміни соціального простору сучасного українського міста: типологія та особливості (приклад Львова) // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. пр. Харків, 2014. Вип. 20. С. 277–282.
15. Козлова І. Туристичні практики «споживання» міського простору: пропонуване та реальне (приклад Львова) // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. пр. Харків, 2013. Вип. 19. С. 385–389.
16. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) : дис. ... доктора культурології (доктора наук) : спец. 26.00.06. Київ. 2018. 487 с.
17. Лысикова О. В. Социальные изменения культурных практик отечественного туризма в условиях глобализации : автореф. дис. на соискание ученой степени доктора социологических наук : спец. 22.00.06. Саратов, 2012. 40 с. URL: <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-izmeneniya-kulturnyh-praktik-otechestvennogo-turizma-v-usloviyah-globalizatsii> (дата обращения : 22.07.2020).
18. Лысикова О. В. Социокультурные практики туризма: социологический анализ. Саратов : СГТУ, 2008. 136 с.
19. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
20. Малышева Е. В. Потребительские практики в сфере туризма : когортный анализ : дис. ... канд. социологических наук : спец. 22.00.03. Нижний Новгород, 2015. 279 с.
21. Маяцкий М. Курорт Европа: эссе. Москва : ООО Ад Марги-нем Пресс, 2009. 176 с.
22. Меднікова Г. С. Концепт "культурні практики" та його роль в трансформації сучасної культури // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сер. 7 : Релігієзнавство. Культурологія. Філософія : зб. наук. пр. Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. Вип. 37 (50). С. 30–39.
23. Овруцкий А. В. Туристические практики: от информации к впечатлениям // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 8 (69). URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskie-praktiki>



ot-informatsii-k-vpechatleniyam (дата обращения : 02.08.2020).

24. Петрова Е. В. Социокультурные аспекты туризма в современной России : социологический анализ : дис. ... канд. социологических наук : спец. 22.00.04. Москва, 2009. 173 с.

25. Петрова Е. В. Туризм как объект социологического анализа // Вестник МГОУ. Сер. Философские науки. 2008. № 12, вып 3. С. 104–109.

26. Приймак Д. Й. Сакралізація та десакралізація культурних практик сучасності : філософсько-антропологічний аналіз : дис. ... канд. філософських наук : спец. 09. 00. 04. Київ, 2016. 194 с.

27. Руссу Д. Автостоп як альтернативна система просторової мобільності // Український соціологічний журнал. 2019. Вип. 21. С. 50–56.

28. Скокова Л. Культурні практики в сучасному суспільстві : теоретичні підходи та емпіричні виміри : монографія. Київ, 2018. 334 с.

29. Скопина М. В. Феномен «места» и «не-места» в постдистриальном городе // Вестник МГСУ. 2013. № 1. С. 66–71.

30. Сурова Е. Э., Бутанова Н. В. Досуговые практики в пространстве повседневности // Вестник СПбГУ. Сер. 6: Политология. Международные отношения. 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dosugovye-praktiki-v-prostranstve-povsednevnosti> (дата обращения: 05.07.2020).

31. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования / пер. с англ., отв. ред. и предисл. В. В. Зверевой, послесл. В. А. Подороги. Москва : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. С. 136–150.

32. Урри Дж. Мобильности / пер. с англ. А. В. Лазарева. Москва : Праксис, 2012. 576 с.

33. Феномен туризму: розмаїття сенсів : монографія / за ред. О. О. Красноруцького, Н. І. Моїсеєвої. Харків : Стильна типографія, 2019. 252 с.

34. Черняева Т. И., Шаркова Г. Н. Туризм: производство мест или производство неравенств // Вестник Московского университета. Сер. 18: Социология и политология. 2007. № 4. С. 34–46.

35. Шевчук М. Особливості трансформації туристичних практик у сучасному українському суспільстві // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки : зб. наук. праць. 2010. Вип. 10. С. 98–101.

36. Augé M. Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité. Paris Seuil, 1992. 155 p.

37. Peterson R. Problems in comparative research: the example of omnivorousness // Poetics. 2005. № 33. P.257–282.

38. Quinn B. Performing tourism in Venice: local residents in focus // Annals of Tourism Research. 2007. Vol. 34. Is. 2. URL : <http://arrow.dit.ie/tfschhmtart/3/> (viewed on June 13, 2019).

39. Schulman N. Conditions of their Own Making: An Intellectual History of the Centre for Contemporary Cultural Studies at the University of

Birmingham // Canadian journal of communication. 1993. Vol. 18. №. 1. URL: <http://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/717/623> (viewed on May 15, 2019).

40. Smith M. K. Issues in Cultural Tourism Studies. London, New-York : Routledge, 2003. 195 p.

41. Stamboulis Y., Skayannis P. Innovation strategies and technology for experience-based tourism // Tourism Management. 2003. Vol. 24. P. 35–43.

42. Zhang H., Xu H. A structural model of liminal experience in tourism // Tourism Management. 2019. Vol. 71. P. 84–98.

### References

1. Adamovska M. (2019). Domestic tourism in the context of world trends. Current issues of tourism and tourism practice: collection. Materials scientific-practical. The conference dedicated to the 25th anniversary of the Institute of Tourism of the Federation of Trade Unions of Ukraine [in Ukrainian].

2. Alkhutov A.V. (2009). Tourism as a way of interaction of cultures: author's ref. dis. for the degree of Cand. culturology: special [in Russian].

3. Achmiz A.K. (2010). Tourism as a sphere of public life: the experience of socio-philosophical research: author. Dis. for the degree of Cand. Philos. Science: special [in Russian].

4. Bauman Z. (1995). From a pilgrim to a tourist. Sociological Journal. 4. 133–154 [in Russian].

5. Baudrillard J. (2000). Symbolic exchange and death/trans. SN Zenkin. Moscow: Dobrosvet [in Russian].

6. Bozhko L.D. (2016). Virtual culture in the postmodern era: tourism practices. Bulletin of the National Academy of Management of Culture and Arts. 4. 11–15 [in Ukrainian].

7. Bourdieu P. (2005). Distinction: social critique of judgment. Economic Sociology. 3. 25–48 [in Russian].

8. Volkov V.V., Kharkhordin O.V. (2008). Theory of Practice. Saint-Petersburg: European University [in Russian].

9. Galizdra A.S. (2006). Socio-cultural practices of tourism: risk as inevitability. Risk society and man in the XXI century: alternatives and development scenarios. Moskva-Saratov Nauka [in Russian].

10. Galizdra A.S. (2006). The phenomenon of tourism: socio-philosophical analysis: author's ref. dis. to receive science. Ph.D. philos. Sciences: special [in Russian].

11. Garbar G.A. (2014). Cultural tourism in the context of mass cultureю Humanitarian Bulletin ZDIA. 56. 141–148 [in Ukrainian].

12. Grabovets I.V. (2017). Tourist behavior as a form of perception of social space by the individual. Social technologies: current issues of theory and practice. 75. 62–68 [in Ukrainian].

13. Ermolaev A., Levtsun O., Melnichuk O., Shcherbina V. (2012). Cultural practices and cultural policy. Current issues of socio-cultural modernization in Ukraine: Analytical report. URL: [http://ifteatr.org.ua/load/kulturni\\_praktiki\\_i\\_kulturna\\_politika/4-1-0-395](http://ifteatr.org.ua/load/kulturni_praktiki_i_kulturna_politika/4-1-0-395) [in Ukrainian].

14. Kozlova I.V. (2014). Tourist practices as a tool for changing the social space of the modern Ukrainian city: typology and features (example of Lviv). Methodology, theory and practice of sociological analysis of modern society: collection. 20. 277–282 [in Ukrainian].
15. Kozlova I. (2013). Tourist practices of "consumption" of urban space: proposed and real (example of Lviv). Methodology, theory and practice of sociological analysis of modern society: collection. Science. Kharkiv Avenue, 19. 385–389 [in Ukrainian].
16. Kopievska O.R. Transformational processes in cultural practices of Ukraine: global, glocal context and local features (late XX - early XXI century): dis. Doctor of Cultural Studies (Doctor of Science): special [in Ukrainian].
17. Lysikova O.V. (2012). Social changes in cultural practices of domestic tourism in the context of globalization: author. Dis. for the degree of Doctor of Sociological Sciences: special. URL: <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-izmeneniya-kulturnyh-praktik-otechestvennogo-turizma-v-usloviyah-globalizatsii> [in Russian].
18. Lysikova O.V. (2008). Sociocultural practices of tourism: a sociological analysis. Saratov: SGTU [in Russian].
19. Lyubitseva O.O. (2002). Market of tourist services (geospatial aspects). Kyiv: Alterpress [in Ukrainian].
20. Malysheva E.V. (2015). Consumer practices in the field of tourism: cohort analysis: dis. Cand. Sociological sciences: special [in Russian].
21. Mayatsky M. (2009). Resort Europe: an essay. Moscow: OOO Ad Marginem Press [in Russian].
22. Mednikova G.S. (2017). The concept of "cultural practices" and its role in the transformation of modern culture. Scientific Journal of the National Pedagogical University named after M.P. Drahomanov. Ser. 7: Religious Studies. Culturology. Philosophy: Coll. Science. Kyiv ave.: MP Drahomanov National Pedagogical University, 37. 30–39 [in Ukrainian].
23. Ovrutsky A.V. (2016). Tourist practices: from information to impressions. Service in Russia and abroad. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskie-praktiki-ot-informatsii-k-vpechatleniyam> [in Russian].
24. Petrova E.V. (2009). Sociocultural aspects of tourism in modern Russia: a sociological analysis: dis. Cand. Sociological sciences: special. Moscow [in Russian].
25. Petrova E.V. Tourism as an object of sociological analysis. Bulletin of the Moscow State University. Ser. Philosophical sciences. 12, 104–109 [in Russian].
26. Priymak D.I. (2016). Sacralization and desacralization of cultural practices of today: philosophical and anthropological analysis: dis. Cand. Philosophical sciences: special [in Ukrainian].
27. Russu D. (2019). Hitchhiking as an alternative system of spatial mobility. Ukrainian Journal of Sociology. 21. 50–56 [in Ukrainian].
28. Skokova L. (2018). Cultural practices in modern society: theoretical approaches and empirical dimensions: a monograph [in Ukrainian].
29. Skopina M.V. (2013). The phenomenon of "places" and "non-places" in the post-industrial city. Bulletin of the Moscow State University. 1. 66–71 [in Russian].
30. Surova E.E, Butonova N.V. (2014). Leisure practices in the space of everyday life. Bulletin of St. Petersburg State University. Ser. 6: Political Science. International relations. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dosugovye-praktiki-v-prostranstve-povsednevnosti> [in Russian].
31. Urri J. (2005). The view of the tourist and globalization // Mass culture: modern Western research / trans. with English, resp. ed. and presl. B. V. Zvereva, aftermath. VA Travels. Moscow: Foundation for Scientific Research "Pragmatics of Culture" [in Russian].
32. Urri J. (2012). Mobility, trans. with English AV Lazareva. Moscow: Praxis [in Russian].
33. The phenomenon of tourism: the diversity of meanings: a monograph (2019). Ed. O.O. Krasnorutsky, N.I. Moiseeva. Kharkiv: Stylish printing house [in Ukrainian].
34. Chernyaeva T.I, Sharkova G.N. Tourism: the production of places or the production of inequalities. Bulletin of Moscow University. Ser. 18: Sociology and Political Science. 4. 34–46 [in Russian].
35. Shevchuk M. (2010). Features of the transformation of tourist practices in modern Ukrainian society. Actual problems of sociology, psychology, pedagogy: collection. Science. Wash. 10. 98–101 [in Ukrainian].
36. Augé M. (1992). Non-lying, introduction to anthropology of surmodernity. Paris Seuil [in English].
37. Peterson R. (2005). Problems in comparative research: the example of omnivorousness. Poetics. 33. 257–282 [in English].
38. Quinn B. (2007). Performing tourism in Venice: local residents in focus. Annals of Tourism Research. URL: <http://arrow.dit.ie/tfschhmtart/3/> [in English].
39. Schulman N. (1993). Conditions of their Own Making: An Intellectual History of the Center for Contemporary Cultural Studies at the University of Birmingham. Canadian journal of communication. URL: <http://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/717/623> [in English].
40. Smith M. K. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies. London, New-York: Routledge [in English].
41. Stamboulis Y., Skayannis P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. Tourism Management. 24. 35–43 [in English].
42. Zhang H., Xu H. (2019). A structural model of liminal experience in tourism. Tourism Management. 71. 84–98 [in English].

*Стаття надійшла до редакції 12.03.2020  
Отримано після доопрацювання 15.04.2020  
Прийнято до друку 21.04.2020*